

## KEWIRAUSAHAAN PEMBUATAN SABUN DI LAPAS PEMUDA KELAS IIA TANGERANG

<https://doi.org/10.52472/jpmp.v3i2.186>

Submitted: 05-10-2025 Reviewed: 13-10-2025 Published: 26-11-2025

Rachmayanthi<sup>1</sup>, Bagas fikri ramadhan<sup>2</sup>, Hendra arista<sup>3</sup>, irpan ariansyah<sup>4</sup>, kharisma Iqbal  
balam<sup>5</sup>, Muhammad fikri alghifari<sup>6</sup>, Muhammad oktopaz<sup>7</sup>, rifki Ananda tarigan<sup>8</sup>, rivandi ihza akbar<sup>9</sup>

<sup>1,2,3</sup>Institution/affiliation

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Pemasaryakatan, Politeknik Ilmu Pemasaryakatan

\*e-mail: [yanthyrachma@yahoo.co.id](mailto:yanthyrachma@yahoo.co.id), [Bagasfikri12@gmail.com](mailto:Bagasfikri12@gmail.com)<sup>1</sup>, [hendraarista88@gmail.com](mailto:hendraarista88@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[irpanariansyah@gmail.com](mailto:irpanariansyah@gmail.com)<sup>3</sup>, [muhammadfikrialghifari43@gmail.com](mailto:muhammadfikrialghifari43@gmail.com), [muhammadoktopazi@gmail.com](mailto:muhammadoktopazi@gmail.com),  
[tariganrifki@gmail.com](mailto:tariganrifki@gmail.com), [rivandiihzaakbar@gmail.com](mailto:rivandiihzaakbar@gmail.com)

### Abstract

*The soap business in Indonesia has great market potential and opportunities, but increasingly fierce competition due to different needs for soap is a threat that must be taken into account. Therefore, in managing a soap company, several things must be considered such as innovation and form of soap, good financial management, effective human resource management, as well as appropriate marketing and advertising strategies. The purpose of this study is to find out. Provide an overview of the history and development of soap, related to the SWOT analysis, namely the soap business. Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats of this business, Presenting the right business strategy for running the soap business, including determining the target market, types of soap to be sold, selling price, business location and advertising strategy, Explaining the process of making soap including materials, tools and equipment required,, Discuss financial management and human resources needed to run a successful soap business, provide useful and helpful information for aspiring entrepreneurs interested in starting a soap business. The results of a survey by the Association of Indonesian Internet Service Providers (APJII) revealed that the percentage of internet users in Indonesia in 2017 was 143.26 million people (54.68%) of Indonesia's total population of 262 million people. According to the Global Web Index compiled by We Are Social and Hootsuite, Indonesian netizens were recorded as internet users who made the most online purchases in December 2018, meaning that 11.86% of Indonesian netizens made online purchases. In second place is China, i.e. 82% internet users. It can be concluded that more and more Indonesian people are aware of the development of internet technology and take advantage of these technological developments in various activities, including online shopping.*

**Keywords:** Soap, Market Opportunity, Business Strategy

### Abstrak

*Bisnis sabun di Indonesia memiliki potensi dan peluang pasar yang besar, namun persaingan yang semakin ketat karena kebutuhan sabun yang berbeda menjadi ancaman yang harus diperhitungkan. Oleh karena itu, dalam mengelola perusahaan sabun, beberapa hal yang harus diperhatikan seperti Inovasi dan bentuk sabun, manajemen keuangan yang baik, manajemen sumber daya manusia yang efektif, serta strategi pemasaran dan periklanan yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Memberikan gambaran tentang sejarah dan perkembangan sabun, berkaitan dengan analisis SWOT yaitu bisnis sabun. Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman dari bisnis ini, Menyajikan strategi bisnis yang tepat untuk menjalankan bisnis sabun antara lain menentukan target pasar, jenis sabun yang akan dijual, harga jual, lokasi usaha dan strategi periklanan, Menjelaskan proses pembuatan sabun meliputi bahan, alat dan perlengkapan yang dibutuhkan,, Diskusikan pengelolaan keuangan dan sumber daya manusia yang diperlukan untuk menjalankan bisnis sabun yang sukses, memberikan informasi yang bermanfaat dan bermanfaat bagi calon pengusaha berminat memulai usaha sabun. Hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa persentase pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 143,26 juta orang (54,68%) dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta*

orang. Menurut Global Web Index yang disusun We Are Social dan Hootsuite, netizen Indonesia tercatat sebagai pengguna internet yang paling banyak melakukan pembelian online pada Desember 2018, artinya 11,86% netizen Indonesia melakukan pembelian online. Di tempat kedua adalah Cina, mis. 82% pengguna internet. Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak Masyarakat Indonesia yang mengetahui perkembangan teknologi internet dan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut dalam berbagai aktivitas, termasuk belanja online.

**Kata kunci:** Sabun, Peluang Pasar, Strategi Bisnis

## 1. PENDAHULUAN

Sabun merupakan produk kimia yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Pembuatan sabun telah dilakukan sejak ribuan tahun yang lalu. Metode pembuatan sabun pada zaman dahulu tidak berbeda jauh dengan metode yang digunakan saat ini, walaupun tentunya kualitas produk yang dihasilkan saat ini jauh lebih baik. Sabun dibuat dengan metode saponifikasi yaitu mereaksikan trigliserida dengan soda kaustik (NaOH) sehingga menghasilkan sabun dan produk samping berupa gliserin. Bahan baku pembuatan sabun dapat berupa lemak hewani maupun lemak/minyak nabati. Penggunaan sabun dalam kehidupan sehari-hari sudah tidak asing lagi, terutama sesuai dengan fungsi utamanya yaitu membersihkan. Berbagai jenis sabun ditawarkan dengan beragam bentuk mulai dari sabun cuci (krim dan bubuk), sabun mandi (padat dan cair), sabun tangan (cair) serta sabun pembersih peralatan rumah tangga (krim dan cair). (Apriana, 2013).

Bisnis sabun merupakan salah satu bisnis yang ada di Indonesia. Sabun tersusun dari asam lemak, minyak dan lilin, dimana senyawa itu mengandung ikatan tidak jenuh yang akan mudah teroksidasi. Reaksi tersebut ditandai dengan keluarnya bau tengik pada sabun. Untuk menjaga kualitas sabun dari reaksi oksidasi diperlukan bahan antioksidan. Sabun biasanya berwujud cair, padat maupun yang lainnya

Bisnis sabun telah ada sejak lama dan terus berkembang hingga saat ini. Bisnis sabun dapat ditemukan di berbagai tempat, mulai dari toko kecil, pasar swalayan, hingga toko online. Bisnis sabun juga memiliki banyak varian warna dan bentuk yang menarik, sehingga mampu menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan.

Selain itu, terkait isu pemasaran global mengalami penurunan keseimbangan ekosistem adalah topik yang terus di perbincangkan oleh dunia. Dengan memfokuskan bisnis secara online, maka target pasar penulis bukan hanya di Jakarta saja tetapi mencakup seluruh wilayah Indonesia, sehingga dapat dikatakan ruang lingkupnya akan menjadi semakin luas dan dapat menjangkau lebih banyak calon pembeli. Selain itu, dengan membuka bisnis secara online, maka produk dapat diakses 24 jam oleh siapa saja dan di mana saja. Inilah yang menjadi keuntungan bisnis online yang tidak ditemui di toko offline yang cenderung memiliki operasional kerja terbatas.

Namun, meskipun terlihat mudah dan sederhana, bisnis sabun juga memiliki sejumlah tantangan dan risiko. Konsep bisnis yang diadopsi yaitu ingin menawarkan produk sabun dengan harga terjangkau. Konsumen dapat membeli sabun batang dengan berbagai varian. Sabun Tickled Pink fokus pada penjualan secara online karena dapat menjangkau masyarakat luas tanpa batasan ruang dan waktu yang ditunjang oleh beberapa platform e-commerce/situs jual-beli online seperti Tokopedia dan Shopee yang semakin tumbuh berkembang di Indonesia dalam memudahkan dan memfasilitasi para pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dalam mengembangkan bisnisnya secara online. Selain itu, dalam menjalankan bisnis sabun, juga perlu memperhatikan manajemen keuangan yang baik, manajemen sumber daya manusia, serta strategi pemasaran dan promosi yang efektif untuk bisa bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

---

Tujuan dari pembuatan makalah kewirausahaan tentang pembuatan sabun adalah sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran tentang sejarah sabun dan perkembangannya.
2. Membahas analisis SWOT dari bisnis sabun, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh bisnis ini.
3. Menyajikan strategi bisnis yang tepat untuk menjalankan bisnis sabun, termasuk menentukan sasaran pasar, jenis sabun yang akan dijual, harga jual, lokasi usaha, dan strategi promosi.
4. Menjelaskan proses produksi sabun, termasuk bahan-bahan yang dibutuhkan, perangkat dan alat yang diperlukan.
5. Membahas manajemen keuangan dan manajemen sumber daya manusia yang diperlukan dalam menjalankan bisnis sabun yang sukses.
6. Memberikan informasi yang berguna dan bermanfaat bagi para calon wirausahawan yang tertarik untuk memulai bisnis sabun.`

Konten naskah memuat bagian-bagian Pendahuluan, Metode Penerapan, Hasil dan Ketercapaian Sasaran, Kesimpulan, Ucapan Terimakasih, dan Daftar Pustaka. Pastikan dalam konten naskah, kecuali pada bagian ucapan terima kasih, tidak mengandung identitas personal maupun afiliasi para penulis.

Secara garis besar bagian pendahuluan memuat latar belakang, perumusan masalah, tujuan kegiatan, dan kajian literatur. Penulis dituntut mengemukakan secara kuantitatif potret, profil, dan kondisi khalayak sasaran yang dilibatkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dapat digambarkan pula kondisi dan potensi wilayah dari segi fisik, sosial, ekonomi, maupun lingkungan yang relevan dengan kegiatan yang dilakukan. Paparkan pula potensi yang dijadikan sebagai bahan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penulis diminta merumuskan masalah secara konkrit dan jelas pada bagian ini. Jelaskan tujuan yang hendak dicapai pada kegiatan pengabdian.

Bagian ini didukung kajian literatur yang dijadikan sebagai penunjang konsep pengabdian. Penulis dituntut menyajikan kajian literatur yang primer (referensi artikel jurnal dan prosiding konferensi) dan mutakhir (referensi yang dipublikasikan dalam selang waktu 10 tahun terakhir). Kajian literatur tidak terbatas pada teori saja, tetapi juga bukti-bukti empiris. Perkaya bagian pendahuluan ini dengan upaya-upaya yang pernah dilakukan pihak lain. Artikel ini merupakan hasil pengabdian yang merupakan hilirisasi dari hasil penelitian, dapat berupa hasil penelitian sendiri maupun peneliti lain.

## **2. METODE**

Kegiatan kemasyarakatan antara lain mengidentifikasi permasalahan yang timbul di masyarakat sesuai dengan yurisdiksi masing-masing masyarakat. Kemudian masalah ini diperiksa dan dicari solusinya. Metode Participatory Action Research (PAR) digunakan dalam metode pemecahan masalah kegiatan ini. Dalam berwirausaha solusi yang ditawarkan dalam komunitas ini adalah nasehat dengan materi yang diberikan. Anda bisa dengan mudah menemukan bahan-bahan untuk membuat sabun di apotik terdekat.

Bahan dasar yang digunakan untuk membuat sabun cair adalah SLS, Texapon dan garam, serta bahan tambahan seperti pewangi, pengawet, pengental dan pewarna.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Benda mirip sabun ditemukan dalam bentuk tabung saat penggalian di Babilonia Kuno adalah fakta tentang pembuatan sabun diketahui pada tahun 2800 SM. Persembahan di tabung mengatakan bahwa lemak direbus dengan abu, di mana adalah metode membuat sabun, tetapi tidak mengenai kegunaan sabun itu. Beberapa bahan terakhir digunakan untuk pengaya rambut.

Catatan memperlihatkan bahwa orang Mesir Kuno mandi biasa. Papirus Eber, dokumen kesehatan dari sekitar tahun 1500 SM, mendeskripsikan kombinasi minyak hewani dan nabati dengan garam alkali untuk membuat bahan sejenis sabun untuk menyembuhkan penyakit kulit, juga untuk membersihkan.

#### **PERTENGAHAN**

Pembuatan sabun adalah keahlian yang umum di Eropa pada abad ke-17. Pembuatan sabun serikat pekerja terlindungi perdagangan rahasia mereka ditutup. Minyak nabati dan hewani digunakan dengan arang tanaman, terus dengan pewangi. Secara berangsur-angsur jenis sabun yang lebih banyak lagi menjadi tersedia untuk mencukur dan mencuci rambut, juga mandi dan mencuci.

Italia, Spanyol dan Prancis adalah pusat manufaktur pertama sabun, seharusnya mereka siap menyediakan bahan mentah seperti minyak pohon zaitun. Orang Inggris mulai membuat sabun saat abad ke 12. Bisnis sabun sangat baik pada tahun 1622, Raja James I mengabdikan monopoli kepada pembuat sabun untuk \$100.000 setahun. Baik ke abad ke-19, sabun adalah pajak tertinggi sehingga menjadi barang mewah di beberapa negara. Ketika pajak dihapuskan, sabun menjadi tersedia untuk orang biasa, dan standar kebersihan meningkat.

Pembuatan sabun komersial di Amerika kolonial dimulai pada tahun 1608 dengan datangnya beberapa pembuat sabun di kapal kedua dari Inggris untuk mencapai Jamestown, Virginia. Bagaimanapun, untuk beberapa tahun, pembuatan sabun pada dasarnya tinggal pekerjaan rumah tangga. Akhirnya, pembuat sabun profesional mulai biasa mengumpulkan pemborosan lemak dari rumah tangga, di perubahan untuk beberapa sabun.

#### **MODERN**

Bahan kimia dari manufaktur sabun dasarnya tinggal sama sampai tahun 1916, ketika deterjen sintetik pertama berkembang di Jerman di jawaban ke Perang Dunia I - berkaitan kekurangan lemak untuk membuat sabun. Diketahui sekarang dengan sederhana deterjen, deterjen sintetis adalah pembersih non-sabun dan produk pembersih itu adalah menjadi satu atau mengambil bersama dari jenis bahan mentah. Penjelajahan dari deterjen juga diterbangkan oleh kebutuhan untuk alat kebersihan itu, tidak seperti sabun, tidak akan dikombinasi dengan garam mineral di air untuk membentuk sesuatu yang tidak dapat dipecahkan diketahui itu adalah dadih sabun.

Produksi deterjen rumah tangga di Amerika Serikat dimulai pada awal tahun 1930-an, tetapi tidak benar-benar membuka sampai akhir Perang Dunia II. Waktu perang berhentinya persediaan lemak dan minyak juga militer membutuhkan untuk alat kebersihan itu akan bekerja di air laut kaya mineral dan di air dingin.

Potensi Besarnya peluang bisnis sangat menentukan keberlangsungan hidup suatu bisnis. peluang bisnis yang besar akan membuat bisnis memiliki kesempatan untuk berkembang dan mencapai target yang ingin dicapai. Beberapa hal yang juga harus diperhatikan, antara lain kualitas produk, perilaku konsumen, dan kreativitas serta inovasi produk agar berbeda dengan pesaing.

Kondisi Indonesia yang kaya akan sumber daya alam juga mendukung bisnis sabun untuk berkembang di Indonesia karena mudah dalam proses pengadaan bahan baku. Mulai dari bahan utamanya yaitu berbagai jenis minyak dan Natrium Hidroksida (NaOH) yaitu bahan kimia yang berperan untuk mengubah minyak tumbuhan menjadi sabun sehingga tidak berbahaya, sampai bahan pendukungnya seperti essential oil. Selain itu, perubahan tren berbelanja pun menjadi peluang yang menjanjikan sehingga penulis memutuskan untuk membuka bisnis dengan memanfaatkan media 8 online. Bisnis online sendiri memiliki ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan bisnis yang masih dikelola dan dioperasikan secara konvensional karena bisnis berbasis online tidak memiliki batasan ruang dan waktu sehingga calon konsumen dapat melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja. Selain itu, dengan modal yang relatif kecil, bisnis sabun dapat menjadi pilihan yang menarik bagi para wirausahawan pemula yang ingin memulai bisnis sendiri. Dibutuhkan keterampilan dan pengetahuan yang baik dalam memilih bahan baku yang berkualitas, mengelola stok bahan baku, dan menghasilkan sabun yang sesuai dengan selera konsumen.

Hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa pada tahun 2017, penetrasi pengguna internet di Indonesia yaitu sebanyak 143,26 juta jiwa (54,68%) dari total populasi penduduk Indonesia yaitu sebanyak 262 juta jiwa. Menurut Global Web Index, yang dirangkum oleh We Are Social dan Hootsuite, pengguna internet di Indonesia tercatat sebagai pengguna internet yang paling banyak membeli barang secara online pada Desember 2018, yaitu sebanyak 11,86% pengguna internet Indonesia melakukan belanja secara online. Selanjutnya diikuti oleh China pada posisi kedua yaitu 82% dari pengguna internet. Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa semakin banyak masyarakat Indonesia yang sudah sadar akan perkembangan teknologi internet dan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk berbagai aktivitas, salah satunya adalah belanja online.

Selain itu, jasa logistik yang semakin luas juga mendukung keberadaan bisnis online. Jasa logistik sudah merata di mana-mana sehingga membuat pengiriman barang semakin mudah dan estimasi waktu pengiriman semakin cepat. Selain adanya jasa logistik seperti JNE, J&T, Pos Indonesia, Tiki, dan jasa pengiriman barang lainnya, ada pula jasa logistik yang berbasis aplikasi yaitu Go-Jek dan Grab yang biasanya digunakan untuk pengiriman barang dengan cepat dan dengan jarak tempuh yang tidak terlalu jauh. Perkembangan jasa logistik sekarang ini semakin mempermudah pelaku bisnis online dalam mengirim barangnya untuk lebih cepat sampai ke tangan konsumen. Dari beberapa hal di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis online memiliki prospek yang sangat baik di era globalisasi ini dikarenakan banyaknya peluang yang muncul dan dapat dimanfaatkan untuk membuat bisnis.

#### **4. KESIMPULAN**

Bisnis sabun memiliki potensi pasar dan peluang yang besar di Indonesia, namun persaingan yang semakin ketat karena kebutuhan yang sabun yang berbeda menjadi ancaman yang perlu diantisipasi. Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis sabun, perlu mempertimbangkan beberapa hal seperti inovasi dan bentuk sabun, manajemen

keuangan yang baik, manajemen sumber daya manusia yang efektif, serta strategi pemasaran dan promosi yang tepat.

Beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan inovasi inovasi dan bentuk sabun yang unik dan menarik untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin kompetitif.
2. Menjaga manajemen keuangan yang baik dengan melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan yang efektif.
3. Memperhatikan manajemen sumber daya manusia yang baik agar karyawan dapat bekerja dengan produktif dan berkualitas.
4. Menerapkan strategi pemasaran dan promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar bisnis sabun.
5. Memanfaatkan teknologi dan platform online untuk memasarkan produk dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Dalam menjalankan bisnis sabun, perlu diingat bahwa kesuksesan bisnis tidak terjadi dalam semalam. Dibutuhkan kesabaran, kerja keras, dan konsistensi untuk membangun bisnis yang sukses. Dengan memperhatikan saran dan rekomendasi di atas, diharapkan dapat membantu para wirausahawan dalam mengembangkan dan menjalankan bisnis sabun yang sukses dan berkembang di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.

Lestari, D. P. (2021). Analisis SWOT Bisnis Sabun di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. 2(1), 1-11.

Management Study Guide. (2021). Human Resource Management - Introduction. <https://www.managementstudyguide.com/human-resource-management.htm>

Mulyono, S. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Sabun Pada Rumah Pintar Ekonomi Kreatif (RPEK) DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 3(2), 35-44.

Pusat Data dan Analisis Tempo. (2021). Industri Sabun Tumbuh di Tengah Pandemi. <https://katadata.co.id/berita/2021/08/20/industri-sabun-tumbuh-di-tengah-pandemi>

Puspitasari, D. (2019). Bisnis Sabun, Modal Kecil Untung Besar. Diakses pada 13 Maret 2023, dari <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20191128155047-55-121591/bisnis-sabun-modal-kecil-untung-besar>

Sari, N. P. (2020). Teknik dan Resep Cara Membuat Sabun Empuk dan Enak. Diakses pada 13 Maret 2023, dari <https://www.idntimes.com/food/recipe/nia-puspita-sari/teknik-dan-resep-cara-membuat-sabun-empuk-dan-enak-c1c2-1>

Wibowo, P. (2021). Menjadi Pemain Baru di Bisnis Kue Sabun, Ini Tipsnya. Diakses pada 13 Maret 2023, dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4582533/menjadi-pemain-baru-di-bisnis-kue-sabun-ini-tipsnya>