

KOLABORASI EDUKASI DAN INOVASI: KREASI PARFUM LARARA SEBAGAI SARANA PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA

Samhana Sarafina Masturoh¹, Anggit Dyah Kusumastuti²

¹Universitas Sahid Surakarta

² Universitas Sahid Surakarta

samhanasarafina14@gmail.com

anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id

Abstract: *This community service activity aims to foster a creativity-based entrepreneurial spirit among students through the development of a local perfume product under the Larara brand. This program is designed as a medium for experiential learning-based entrepreneurship learning, in collaboration with students of the Business Administration Study Program Sahid University Surakarta as implementing partners. Students are involved in the entire process, from product design, aroma compounding, marketing strategies, to sales. The results of the activity show that the active involvement of students in product innovation has a positive impact on their understanding of building a business, as well as improving soft skills such as teamwork, creativity, and marketing communication. This activity is expected to be a model of educational collaboration for the development of creative product-based entrepreneurship in the university environment.*

Keywords: *Entrepreneurship, Perfume, Innovation, Students, Experiential Learning*

Abstrak: *Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan berbasis kreativitas di kalangan mahasiswa melalui pengembangan produk parfum lokal dengan merek Larara. Program ini dirancang sebagai media pembelajaran kewirausahaan yang berbasis praktik langsung (experiential learning), bekerja sama dengan mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta sebagai mitra pelaksana. Mahasiswa dilibatkan dalam seluruh proses, mulai dari desain produk, peracikan aroma, strategi pemasaran, hingga penjualan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa keterlibatan aktif mahasiswa dalam inovasi produk memberikan dampak positif terhadap pemahaman mereka dalam membangun bisnis, serta meningkatkan kemampuan soft skill seperti kerja tim, kreativitas, dan komunikasi pemasaran. Kegiatan ini diharapkan menjadi model kolaborasi edukatif untuk pengembangan kewirausahaan berbasis produk kreatif di lingkungan perguruan tinggi.*

Kata kunci: *Kewirausahaan, Parfum, Inovasi, Mahasiswa, Experiential Learning*

P

Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu pendekatan strategis dalam menghadapi tantangan ketenagakerjaan dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Dalam konteks perguruan tinggi, penting untuk mengintegrasikan metode pembelajaran berbasis praktik agar mahasiswa tidak hanya memahami teori kewirausahaan, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara nyata (Fayolle & Gailly, 2015). Salah satu sektor yang potensial untuk dijadikan wahana pembelajaran adalah industri parfum lokal, yang mengandalkan inovasi aroma, estetika, dan pemasaran kreatif.

Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan media pembelajaran yang mampu menjembatani teori dan praktik, khususnya dalam membangun jiwa wirausaha di kalangan mahasiswa. Produk *Larara* hadir sebagai hasil dari kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan lingkungan sekitar, yang mencerminkan integrasi antara pengetahuan bisnis dan kreativitas produk. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa melalui proyek nyata yang berfokus pada pengembangan produk parfum lokal yang inovatif.

Pendidikan kewirausahaan yang efektif menekankan pada pengalaman langsung atau *experiential learning*. Teori ini dikemukakan oleh Kolb (1984), yang menyatakan bahwa pembelajaran paling efektif terjadi ketika individu terlibat secara aktif dalam proses penciptaan, pengujian, dan refleksi terhadap pengalaman nyata. Dalam konteks mahasiswa, pendekatan ini terbukti dapat meningkatkan kemampuan *problem-solving* dan inovasi (Rae, 2006).

Industri kreatif, termasuk parfum, sangat mengandalkan nilai tambah yang berasal dari kreativitas dan inovasi (UNCTAD, 2010). Dalam kajian oleh Hidayat dan Rahman (2021), disebutkan bahwa pengembangan produk berbasis inovasi sensorik seperti parfum

dapat menjadi media strategis dalam pemberdayaan wirausaha muda. Produk semacam ini tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai identitas lokal yang tinggi.

Kolaborasi antara dosen dan mahasiswa dalam pengembangan produk nyata memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengalami proses bisnis secara utuh. Studi oleh Mustofa dan Suryani (2022) menunjukkan bahwa mahasiswa yang terlibat dalam proyek pengabdian dengan pendekatan kolaboratif menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan kewirausahaan, seperti pengambilan keputusan, kepemimpinan, dan komunikasi pemasaran.

Beberapa penelitian relevan yang mendasari kegiatan ini antara lain, Kurniawan et al. (2020) yang meneliti pengembangan produk aromaterapi oleh mahasiswa dan menunjukkan bahwa keterlibatan dalam proses produksi dan branding memberikan pemahaman bisnis yang lebih mendalam.

Sari dan Widodo (2021) yang mengkaji dampak experiential learning dalam proyek pengabdian berbasis produk UMKM, menemukan bahwa mahasiswa memperoleh peningkatan motivasi dan kreativitas signifikan.

Lestari (2022) mengkaji inovasi parfum herbal di kalangan mahasiswa sebagai media literasi wirausaha dan menemukan bahwa program serupa mampu membangun mindset bisnis yang berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif-kolaboratif yang mengedepankan keterlibatan aktif mahasiswa dalam setiap tahapan kegiatan. Metode pelaksanaan terbagi ke dalam empat tahap utama:

Pada tahap awal, tim pengabdian bersama mahasiswa mitra dari Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta melakukan diskusi untuk mengidentifikasi ide produk inovatif yang memiliki potensi pasar. Produk parfum dipilih karena relevansi tinggi dengan minat generasi muda, serta peluang kreativitas dalam pengembangan aroma dan kemasan (Hidayat & Rahman, 2021).

Mahasiswa diberi pelatihan mengenai dasar-dasar peracikan parfum, pemilihan bahan alami, serta teknik branding dan pemasaran digital. Proses produksi dilakukan secara berkelompok untuk meningkatkan kerja tim dan akuntabilitas.

Mahasiswa diberi tugas untuk merancang rencana bisnis sederhana, termasuk analisis SWOT, segmentasi pasar, strategi promosi, dan pengelolaan keuangan. Aktivitas ini

mendorong mahasiswa berpikir kritis dan kreatif terhadap peluang pasar (Mustofa & Suryani, 2022).

Evaluasi dilakukan melalui observasi keterlibatan mahasiswa, hasil produk, serta presentasi akhir proyek. Selain itu, dilakukan refleksi bersama untuk meninjau proses pembelajaran dan dampak kegiatan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa.

HASIL PEMBAHASAN

Keterlibatan mahasiswa dalam pengembangan *Larara* terbukti meningkatkan kreativitas, baik dari sisi desain aroma, kemasan, maupun strategi pemasaran. Mahasiswa menunjukkan antusiasme dalam mencoba berbagai kombinasi bahan alami serta menciptakan narasi branding yang sesuai dengan target pasar remaja dan dewasa muda. Hal ini sejalan dengan temuan Lestari (2022) yang menyebutkan bahwa produk berbasis kreatif memungkinkan mahasiswa mengeksplorasi nilai estetika dan inovasi secara bersamaan.

Melalui proyek ini, mahasiswa dapat menerapkan berbagai konsep manajerial yang mereka pelajari di kelas, seperti manajemen produksi, pemasaran, dan analisis biaya. Pendekatan experiential learning terbukti memperkuat pemahaman konsep akademik melalui pengalaman langsung (Kolb, 1984; Rae, 2006).

Dari hasil observasi dan diskusi kelompok, terlihat bahwa mahasiswa lebih percaya diri untuk menciptakan ide bisnis dan mempertimbangkan untuk menjalankan usaha secara mandiri. Produk *Larara* juga berpotensi menjadi inkubasi bisnis mahasiswa yang berkelanjutan dengan dukungan kampus.

Tabel 1. Dampak Kolaborasi Dosen dan Mahasiswa

Aspek	Uraian
Dampak Jangka Panjang	Proyek <i>Larara</i> berpotensi menjadi unit bisnis mahasiswa yang berkelanjutan melalui pengembangan lebih lanjut dalam inkubasi bisnis kampus.
Peluang Pengembangan	Didukung oleh potensi kolaborasi lintas program studi dan akses terhadap fasilitas kampus seperti laboratorium kewirausahaan dan pendampingan dosen.
Replikasi di Industri Lain	Konsep serupa dapat diterapkan pada sektor fesyen, kuliner, dan kriya yang juga menekankan kreativitas dan inovasi sebagai keunggulan kompetitif.
Rujukan Penelitian	Kurniawan et al. (2020): Mahasiswa yang terlibat dalam

Terdahulu	pengembangan produk aromaterapi menunjukkan peningkatan pemahaman bisnis dan motivasi kewirausahaan berbasis minat pribadi.
-----------	---

Sample Aroma Parfum Larara

Formulasi parfum Larara varian Citrus Bloom dirancang dengan memperhatikan keseimbangan antara komponen aroma dan daya tahan wewangian. Komposisi ini terdiri dari top note berbasis citrus (lemon dan orange) sebanyak 25%, yang memberikan kesan segar dan menyenangkan saat parfum pertama kali diaplikasikan. Pada lapisan middle note, digunakan perpaduan lavender dan jasmine sebanyak 35% yang berfungsi sebagai inti aroma dengan karakter lembut dan floral, memberikan nuansa menenangkan.

Untuk menciptakan kesan mendalam dan tahan lama, ditambahkan base note berupa musk dan sandalwood sebanyak 20%, yang memberikan aroma hangat serta memperpanjang daya tahan parfum di kulit. Sebagai pelarut utama, digunakan ethanol 96% sebanyak 18% untuk melarutkan semua komponen aromatik dan membantu penyebaran wewangian secara optimal. Selain itu, gliserin alami digunakan sebagai fixative sebanyak 2% untuk menstabilkan dan mempertahankan aroma parfum dalam jangka waktu yang lebih lama.

Formulasi ini menunjukkan pendekatan kreatif dan ilmiah mahasiswa dalam menggabungkan elemen estetika dan teknis untuk menghasilkan produk parfum lokal yang kompetitif. Pendekatan ini juga mencerminkan pemahaman mahasiswa terhadap prinsip dasar pembuatan parfum serta keterampilan praktis dalam memilih bahan yang sesuai dengan preferensi pasar sasaran.

Formula parfum Larara dirancang untuk menciptakan wangi unisex dengan karakter fresh dan elegan. Jenis parfum yang digunakan adalah Eau de Parfum (EDP) dengan total volume 60 ml. Komposisi utamanya terdiri dari 15 ml fragrance oil yang mencakup berbagai note (top, middle, base), serta 41 ml ethanol sebagai pelarut utama. Untuk mendukung stabilitas dan daya tahan aroma, ditambahkan fixative seperti DPG atau Polysorbate 20 sebanyak 2 ml. Sebagai pelengkap, 2 ml air suling digunakan untuk melembutkan kesan aroma sehingga lebih nyaman di hidung. Proporsi ini dirancang agar parfum tetap tahan lama, ringan digunakan sehari-hari, dan cocok untuk semua gender.

Tabel 2. Komposisi Formula Parfum Larara (Unisex – Fresh Elegant Style)

Jenis Bahan	Volume (ml)	Deskripsi / Fungsi
Aromatik (Fragrance Oil)	15	Top, Middle, Base notes dengan karakter fresh

		dan elegant
Ethanol 95%	41	Pelarut utama
Fixative (DPG/Polysorbate 20)	2	Menstabilkan dan memperpanjang aroma
Distilled Water	2	Melembutkan aroma
Total Volume	60 ml	Komposisi Eau de Parfum (EDP)

Post Test & Pre Test

Tabel 3. Pertanyaan Pre Test

No	Pertanyaan
1	Saya tahu cara dasar membuat parfum.
2	Saya memahami bahan-bahan yang digunakan untuk membuat parfum.
3	Saya pernah mendengar istilah fixative, top note, dan base note.
4	Saya percaya diri untuk mencoba membuat parfum sendiri.
5	Saya tertarik untuk berwirausaha dalam bidang parfum.
6	Saya memiliki ide kemasan menarik untuk produk parfum.
7	Saya tahu di mana bisa membeli bahan-bahan pembuatan parfum.
8	Saya merasa mampu memasarkan produk parfum jika saya buat.

Tabel 4. Pertanyaan Post Test

No	Pertanyaan
1	Saya kini tahu langkah-langkah membuat parfum secara praktis.
2	Saya lebih memahami peran top note, middle note, dan base note.
3	Saya mampu membedakan bahan-bahan parfum yang berkualitas baik.
4	Saya merasa lebih percaya diri membuat parfum sendiri.
5	Saya ingin mencoba membuat parfum Larara di rumah.
6	Saya lebih tertarik untuk menjual produk parfum setelah pelatihan ini.
7	Saya merasa mampu membuat kemasan parfum yang menarik.
8	Saya ingin mengembangkan parfum Larara sebagai usaha kecil.

Tabel 5. Rata-Rata Skor Pretest dan Posttest Peserta

No	Nama Peserta	Usia	Gender	Rata-rata PRE	Rata-rata POST
1	Balqis Fadilah	20	P	2.88	4.00
2	Toti Adiswara	23	L	2.63	3.88
3	Muhammad Akmal	20	P	3.38	4.38
4	Alvanisa Armila	20	L	2.25	3.25
5	Florensia	19	P	2.50	3.75
6	Amanah	20	L	2.25	3.25
7	Ria Rosanti	21	P	3.88	4.75
8	Diyayang	20	L	2.75	3.75
9	Nafiah	20	P	3.38	4.50
10	Guruh Larasti	21	L	2.38	3.38

Data pretest dan posttest menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan parfum Larara. Rata-rata skor pretest peserta berada pada kisaran 2.25 hingga 3.88, sedangkan skor posttest meningkat menjadi 3.25 hingga 4.75. Peserta seperti Ria Rosanti dan Muhammad Akmal menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, dari skor awal 3.88 dan 3.38 menjadi 4.75 dan 4.38 secara berurutan. Hal ini mencerminkan efektivitas materi dan penyampaian pelatihan yang mampu memperluas pemahaman peserta mengenai pembuatan parfum. Secara umum, terjadi peningkatan skor pada hampir seluruh peserta, yang mengindikasikan bahwa kegiatan edukatif ini berhasil memperkaya wawasan mereka dalam bidang formulasi parfum.

PENUTUP

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini membuktikan bahwa pengembangan produk parfum *Larara* sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan mampu memberikan kontribusi nyata dalam menumbuhkan kreativitas, inovasi, dan jiwa bisnis di kalangan mahasiswa. Melalui keterlibatan aktif dalam seluruh proses bisnis mulai dari konseptualisasi produk, produksi, hingga strategi pemasaran mahasiswa memperoleh pengalaman belajar yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif. Kolaborasi antara dosen dan mahasiswa dalam proyek nyata seperti ini terbukti mampu menciptakan suasana belajar yang lebih kontekstual,

menumbuhkan motivasi berwirausaha, serta memperkuat keterampilan interpersonal dan manajerial yang sangat dibutuhkan dalam dunia usaha saat ini.

Saran

Untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan kegiatan semacam ini, disarankan agar pihak perguruan tinggi, khususnya Universitas Sahid Surakarta, menyediakan wadah berupa program inkubasi bisnis mahasiswa, pelatihan lanjutan kewirausahaan, serta fasilitasi akses pasar melalui media digital. Selain itu, pendampingan secara berkelanjutan dari dosen maupun praktisi industri juga penting untuk menjaga konsistensi dan penguatan daya saing produk yang dihasilkan. Kegiatan serupa dapat direplikasi pada berbagai bidang industri kreatif lainnya, seperti kuliner, fesyen, atau kriya lokal, guna memperluas jangkauan pembelajaran dan dampak kewirausahaan di kalangan generasi muda. Melalui pendekatan ini, perguruan tinggi dapat memainkan peran strategis dalam mencetak wirausaha muda yang adaptif, inovatif, dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berbasis kreativitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Puspita, A. D., & Sari, D. M. (2021). Pembuatan Minyak Wangi Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Kelurahan Ciater. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (JPM)*, 2(1), 55–63.
- Dumiyati. (2022). Pendekatan Experiential Learning dalam Perkuliahan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi untuk Menghadapi ASEAN Economic Community: Suatu Kajian Teoretis. *Seminar Nasional FE UNY*.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Fitriyani, & Susanto, H. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Parfum di Sampit. *Surplus: Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 134–141.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Rae, D. (2006). Entrepreneurial learning: A conceptual framework for technology-based enterprise. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 39–56. <https://doi.org/10.1080/09537320500520494>

- Rohmah, N. U., & Sari, R. P. (2021). Pelatihan Membuat Parfum untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Siswa SMK. *Indonesian Journal of Education, Community Service and Development (IJECSed)*, 1(2), 45–52.
- Pratiwi, D. A., & Hidayati, N. (2021). Analisis Penjualan Parfum Berbasis E-Commerce pada UMKM Demanda Parfum. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi (JREA)*, 2(2), 292–306.
- Sari, A. P., & Widodo, M. A. (2021). Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Produk UMKM: Sebuah Pendekatan Experiential Learning. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 10(1), 25–36.
- Lestari, N. D. (2022). Inovasi Parfum Herbal sebagai Media Literasi Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wirausaha*, 4(3), 87–95.
- Hidayat, D., & Rahman, T. (2021). Inovasi Produk Parfum Lokal sebagai Upaya Pengembangan Wirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan*, 6(2), 113–122.
- Kurniawan, A., Putri, M. D., & Yuliana, S. (2020). Pengembangan Produk Aromaterapi oleh Mahasiswa: Sebuah Studi Pengabdian Berbasis Inovasi. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 55–63.
- Mustofa, M., & Suryani, T. (2022). Kolaborasi Dosen dan Mahasiswa dalam Proyek Bisnis Kreatif: Studi Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Abdi Masyarakat Berkarya*, 3(2), 45–58.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2010). *Creative economy report 2010: A feasible development option*. United Nations. <https://unctad.org/publication/creative-economy-report-2010>