

**PROPOSAL
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNGGULAN
UNIVERSITAS LAMPUNG**



**PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN DENGAN PELATIHAN
PEMBUATAN SABUN ECO-FRIENDLY DENGAN MENERAPKAN SISTEM ECO-
RESPONSIBILITY DI PESANTREN ISHLAHUL ULUM
KEMILING - BANDAR LAMPUNG**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2021**

DAFTAR ISI

ABSTRAK	3
BAB 1 PENDAHULUAN	4
A. Analisis Situasi	4
B. Permasalahan Mitra	5
C. Tujuan Kegiatan	6
D. Manfaat Kegiatan	6
BAB 2 SOLUSI DAN TARGET LUARAN	7
A. Solusi yang Ditawarkan untuk Menyelesaikan Permasalahan not defined.	
B. Luaran yang Dihasilkan oleh Masing-Masing Solusi yang Ditawarkan.. Bookmark not defined.	
C. Luaran Tersendiri dan Sedapat Mungkin Terukur atau Dikuantifkan.. Bookmark not defined.	
D. Rencana Capaian Luaran	Error! Bookmark not defined.
E. Kajian Pustaka	10
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	13
A. Metode dan Tahapan.....	13
B. Deskripsi Kegiatan.....	13
C. Prosedur Kerja.....	14
D. Pihak-pihak yang Terlibat	14
E. Partisipasi Mitra	14
F. Evaluasi Pelaksanaan	14
BAB 4. PERSONALIA PENGUSUL DAN KEAHLIAN	15
BAB 5 RENCANA ANGGARAN BELANJA DAN JADWAL PELAKSANAAN...	16
A. Rencana Anggaran Biaya (RAB).....	16
B. Jadwal Pelaksanaan.....	17
DAFTAR PUSTAKA.....	18

**PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN DENGAN PELATIHAN
PEMBUATAN SABUN ECO-FRIENDLY DENGAN MENERAPKAN
SISTEM ECO-RESPONSIBILITY DI PESANTREN ISHLAHUL ULUM
KEMILING - BANDAR LAMPUNG**

ABSTRAK

Sabun organik tentu merupakan pilihan yang lebih eco friendly atau ramah lingkungan, karena dibuat menggunakan bahan-bahan alami. Tren gaya hidup ramah lingkungan yang sedang marak juga semakin menambah popularitas dan permintaan akan sabun mandi organik ini. Sekarang ini hampir di semua bidang industri berlomba-lomba membuat label eco-friendly atau ramah lingkungan. Isu lingkungan dan penyelamatan bumi, saat ini memang sedang hangat-hangatnya. Oleh karena itu, semakin banyak pula campaign untuk lebih merawat dan mencintai bumi.

Adanya pandemi covid-19, menyebabkan perekonomian masyarakat Indonesia mengalami penurunan yang berimbas pula kepada perekonomian keluarga. Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka masyarakat diharapkan tetap produktif untuk memenuhi kebutuhan hidup walaupun dengan bekerja dari rumah. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan adalah berbisnis di bidang online (e-commerce).

Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pelatihan kepada peserta mengenai cara pembuatan sabun eco-friendly agar masyarakat memiliki keterampilan baru dan memiliki sumber pendapatan lain sehingga kesejahteraan ekonomi dan keluarga mengalami peningkatan.

Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui pendekatan langsung dengan melibatkan pihak mitra dalam melakukan tahapan-tahapan kegiatan yang terdiri dari persiapan dan pelaksanaan. Dalam setiap kegiatan tersebut, mitra dan tim pengabdian akan melakukan praktik pembuatan sabun agar masyarakat memahami cara pembuatan sabun eco-friendly.

Kata Kunci: Sabun Eco-friendly, pemberdayaan perempuan, ekonomi keluarga

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Kelurahan Sumber Agung merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. Kelurahan Sumber Agung memiliki luas daerah 4,98 km² dengan jumlah penduduk 3.549 jiwa. Kelurahan Sumber Agung memiliki 3 Pondok Pesantren salah satunya adalah Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum. Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum merupakan tempat jamaah majelis taklim di daerah setempat. Kegiatan yang ada di Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum adalah pengajian rutin yang diadakan setiap 2 (dua) kali dalam seminggu pada hari Kamis dan Sabtu.

Pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia menyebabkan masyarakat membatasi aktifitas diluar rumah yang menimbulkan kerumunan dan akan menimbulkan resiko peningkatan penularan virus covid-19 di Indonesia. Adanya wabah virus covid-19 di Indonesia dari segala sektor terutama sektor ekonomi, dimana sejak adanya covid-19 perekonomian masyarakat Indonesia mengalami penurunan pendapatan sebesar 84%. Jamaah Majelis Taklim juga mengalami dampak dari pandemi covid-19 sehingga Tim Pengabdian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung berinisiatif melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat di lokasi tersebut.

Hilangnya pendapatan suatu kepala keluarga akibat pandemi Covid-19 ini mengharuskan setiap keluarga mencari alternatif lain untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, sulitnya mencari pekerjaan ditengah pandemi seperti sekarang ini juga mengharuskan masyarakat Indonesia mencari jalan keluar untuk tetap dapat memenuhi kebutuhan keluarganya. Sementara itu, dengan adanya perkembangan teknologi dan inovasi produk dapat memberikan ide untuk terciptanya sumber pendapatan baru bagi

masyarakat yang terkena dampak Covid-19, terutama masyarakat yang ada di sekitar Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum.

Tren gaya hidup ramah lingkungan yang sedang marak juga semakin menambah popularitas dan permintaan akan sabun mandi organik ini. Sekarang ini hampir di semua bidang industri berlomba-lomba membuat label eco-friendly atau ramah lingkungan. Isu lingkungan dan penyelamatan bumi, saat ini memang sedang hangat-hangatnya. Oleh karena itu, semakin banyak pula campaign untuk lebih merawat dan mencintai bumi. Indonesia sebagai salah satu negara yang mengikuti kegiatan tersebut juga turut mengupayakan hal-hal yang bisa menunjang adanya gerakan Back to Nature.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa macam jenis dan merek sabun yang beredar luas dipasaran. Hal ini tidak terlepas dari banyaknya faktor-faktor yang mendukung, salah satunya disebabkan oleh faktor sabun yang merupakan salah satu kebutuhan harian rumah tangga yang sangat diperlukan oleh masyarakat setiap hari terutama ibu-ibu rumah tangga. Jadi sabun menjadi primadona tersendiri bagi perusahaan-perusahaan yang memang memproduksi kebutuhan sehari-hari akan sabun cuci. Seiring dengan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kelestarian alam, maka pelatihan pembuatan sabun eco-friendly kepada ibu-ibu majelis taklim yang ada di Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum dinilai menjadi hal yang sangat bermanfaat. Dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat dalam keadaan pandemic Covid-19, dengan adanya usaha jual beli sabun eco-friendly, akan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum.

B. Permasalahan Mitra

Kondisi pandemi covid-19 menyebabkan Jamaah Majelis Taklim Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum mengalami penurunan pendapatan. Sehingga permasalahannya adalah “Bagaimana memberikan pelatihan tentang

pembuatan sabun eco-friendly untuk masyarakat yang ada di Pondok Pesantren Ishlahul ‘Ulum?’

C. Tujuan Kegiatan

Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan kepada Jamaah Majelis Taklim tentang pembuatan sabun eco-friendly agar dapat diterapkan baik dalam pemetaan kewirausahaan kecil, dan menengah keatas secara merata untuk mengembangkan usaha dalam mendapatkan laba usaha yang maksimal, serta dapat bertahan dalam kompetisi yang ada.

D. Manfaat Kegiatan

Manfaat yang diperoleh oleh para Jamaah Majelis Taklim dengan diadakannya kegiatan ini adalah:

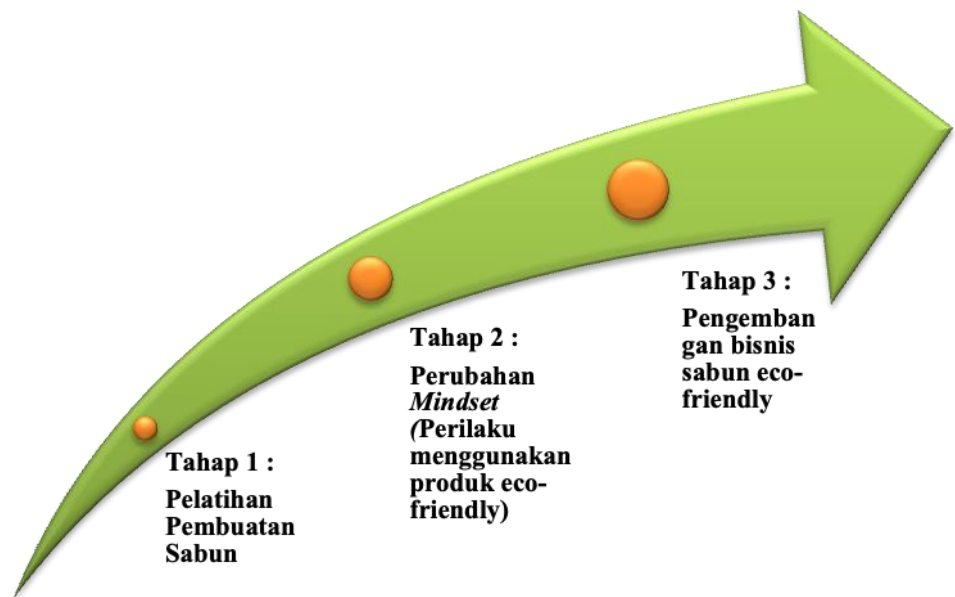
1. Menambah keterampilan bagi Jamaah Majelis Taklim yang dapat digunakan untuk meningkatkan ekonomi.
2. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi Jamaah Majelis Taklim.

BAB 2

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

A. Solusi yang Ditawarkan untuk Menyelesaikan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dikemukakan solusi yang dapat dilakukan dapat dilihat pada diagram berikut :



Gambar 2.1

Berdasarkan skema solusi yang diusulkan, upaya dalam mengatasi masalah yang ada di Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum Kelurahan Sumber Agung Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung dilakukan melalui tahap pelatihan yang dilakukan selama 6 bulan, dengan tahap pelaksanaan sebagai berikut:

Tahap 1

Tahap ini memberikan edukasi dan pelatihan kepada peserta tentang pembuatan sabun *eco-friendly* untuk memberikan keahlian pada Jamaah Majelis Taklim membuat sabun yang aman bagi lingkungan dan juga aman bagi pemakai karena menggunakan bahan yang alami. Sabun ini dimaksudkan agar para Jamaah Majelis Taklim dapat memproduksi sabun

mandi untuk dikonsumsi sendiri sekaligus menggunakan produk tersebut sebagai produk bisnis. Tahap ini mempersiapkan untuk meningkatkan kapabilitas mereka dalam menciptakan usaha serta dapat membantu peningkatan perekonomian serta peluang memenangkan daya saing di pasar.

Tahap 2

Tahap ini merupakan tahap yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada peserta mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan mengubah kesadaran dan perilaku para Jamaah Majelis Taklim tentang eco-responsibility dan pentingnya memahami produk-produk yang tidak membahayakan bagi bagi tubuh.

Tahap 3

Tahap ini memberikan edukasi kepada peserta mengenai pengenalan bisnis dan alternatif variasi serta pengembangan dari produk sabun eco-friendly. Para Jamaah Majelis Taklim akan diberi pengetahuan tentang bagaimana pengemasan produk yang baik dan ramah lingkungan, bagaimana produk bisa dibuat menjadi berbagai variasi berbeda dan menarik.

B. Luaran yang Dihasilkan oleh Masing-Masing Solusi yang Ditawarkan

Target luaran dan rencana capaian yang telah disusun maka diharapkan setelah pelaksanaan pengabdian dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 2.1 Rencana Target Capaian Luaran

No	Kegiatan	Target Luaran Pada Mitra
1	Pelatihan Pembuatan Sabun	80% peserta mampu memahami: <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan-bahan utama pembuatan sabun 2. Urutan proses pembuatan sabun 3. Kelebihan penggunaan sabun <i>eco-friendly</i> Yang dapat ditunjukkan pada kemampuan menjawab pertanyaan

		yang diberikan minimal 70% jawaban benar
2	Memberikan edukasi tentang <i>eco-friendly</i> dan <i>eco-responsibility</i>	80% peserta latihan mampu memahami : 1. Perubahan <i>mindset</i> peserta terhadap perilaku <i>eco-friendly</i> dan <i>eco-responsibility</i> 2. Pengertian <i>eco-friendly</i> 3. Pengertian <i>eco-responsibility</i> Yang dapat ditunjukkan pada kemampuan menjawab pertanyaan yang diberikan minimal 70% jawaban benar
3	Melakukan sosialisasi pemahaman mengenai Pengemasan produk dan alternatif produk sebagai produk bisnis	80% peserta mampu memahami: 1. Pengertian Bisnis 2. Memahami proses pengemasan 3. Memahami tentang produk dan variasi produk Yang dapat ditunjukkan pada kemampuan menjawab pertanyaan yang diberikan minimal 70% jawaban benar

C. Luaran Tersendiri dan Sedapat Mungkin Terukur atau Dikuantifikan

Solusi dan luaran dan yang telah disusun maka diharapkan setelah pelaksanaan pengabdian dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Solusi	Jenis Luaran	Indikator
Memberikan pelatihan tentang pembuatan sabun <i>eco-friendly</i>	Minimal 80 % peserta memahami konsep pembuatan sabun <i>eco-friendly</i>	70 % peserta mampu menjawab pertanyaan pada post test dengan benar
Memberikan edukasi tentang produk <i>eco-friendly</i> dan perilaku <i>eco-responsibility</i>	80% peserta perubahan <i>mindset</i> terhadap produk <i>eco-friendly</i> dan perilaku <i>eco-responsibility</i>	70 % peserta mampu menjawab pertanyaan pada post test dengan benar
Melakukan sosialisasi dan edukasi pemahaman	80% peserta mampu memahami bisnis <i>eco-friendly</i> , pengemasan	70% peserta mampu menjawab pertanyaan pada post test dengan benar

pengemasan <i>eco-friendly</i> dan variasi produknya	dan variasi produknya	
--	-----------------------	--

Gambar 2.2 Solusi dan Luaran

D. Rencana Capaian Luaran

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN/Prosiding ber ISBN ¹⁾	<i>Submitted</i>
2	Publikasi pada media cetak/online/repository LP2M UNILA ²⁾	Publish
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya) ³⁾	Penerapan
4	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen) ³⁾	Penerapan
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan) ⁴⁾	Penerapan
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di Jurnal Internasional ¹⁾	Tidak Ada
2	Jasa, rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang ⁵⁾	Metode/Sistem
3	Inovasi baru/TTG ⁵⁾	Tidak ada
4	Hak kekayaan intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek Dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan varietas tanaman, Perlindungan desain topografi sirkuit terpadu) ⁶⁾	Tidak ada
5	Buku ber ISBN ²⁾	Tidak ada

E. Kajian Pustaka

Dampak buruk dari penggunaan bahan kimia pada produk sehari-hari seperti deterjen pada sabun konvensional telah banyak dikemukakan baik dalam jurnal ilmiah maupun dalam artikel lepas di internet. Royne *et.al.* (2011) menyatakan bahwa permasalahan lingkungan sudah menjadi kajian periset sejak 40 tahun lalu. Penggunaan bahan kimia yang berbahaya tidak hanya berdampak kepada pemakai melainkan juga kepada lingkungan. Peningkatan kesadaran pada berbagai masalah lingkungan telah mengubah pandangan konsumen mengenai hidup mereka (Cherian and Jacob, 2012).

Sebagai contoh bahan kimia konvensional yang biasa digunakan untuk produk sabun adalah deterjen. Penggunaan deterjen memang seperti buah simalakama, di satu sisi penggunaannya sangat dibutuhkan dan di sisi lain limbahnya ternyata berefek buruk. Beberapa negara di dunia secara resmi telah melarang penggunaan zat ABS dalam pembuatan detergen dan memperkenalkan senyawa kimia baru yang disebut *Linier Alkyl Sulfonat* (LAS) yang relatif lebih ramah lingkungan. Akan tetapi penelitian terbaru oleh para ahli menyebutkan bahwa senyawa ini juga menimbulkan kerugian yang tidak sedikit terhadap lingkungan. Menurut data yang diperoleh bahwa dikatakan alam lingkungan membutuhkan waktu selama 90 hari untuk mengurai LAS dan hanya 50 persen dari keseluruhan yang dapat diurai (patikab.go.id).

Deterjen memiliki dampak baik bagi kesehatan maupun lingkungan. Deterjen konvensional terbuat dari berbagai macam senyawa kimia seperti builder, Pewangi buatan, dan yang paling berbahaya adalah surfaktan. Surfaktan merupakan senyawa turunan minyak bumi yang berfungsi untuk menurunkan tegangan pada permukaan air atau membuat lebih permukaan menjadi lebih basah sehingga lebih mungkin untuk berinteraksi dengan minyak juga lemak. Kebanyakan deterjen konvensional menggunakan surfaktan yang berupa *phosphat, alkyl benzene sulfonate, Diethanolamine, Alkyl phenoxy*. Semua senyawa ini merupakan senyawa yang berasal dari sumber daya yang tidak dapat diperbarui (minyak bumi), beracun, dan berbahaya bagi lingkungan (<https://sustainability.id/bahaya-deterjen-terhadap-lingkungan-dan-kesehatan/>).

Seiring dengan meningkatnya perhatian dan pandangan konsumen terhadap kelestarian lingkungan, para pemasar semakin mengklaim bahwa produk mereka membantu melestarikan lingkungan. Tanpa pemahaman yang tepat tentang bagaimana pasar sasaran yang sedang berkembang, seperti generasi muda Milenial, terpicu untuk membeli klaim ramah lingkungan, upaya mereka mungkin sia-sia (Heo and Muralidharan, 2017).

Maka, perlu adanya edukasi terutama para generasi milenial mengenai pentingnya menggunakan bahan yang ramah lingkungan.

Pujari (2006), Chung dan Tsai (2007) menyatakan bahwa produk hijau (*green product*) yang memerhatikan aspek-aspek lingkungan serta meminimalkan dampak negatif produk terhadap lingkungan dan sosial, penggunaan sumber daya secara efisien, beresiko rendah terhadap lingkungan dan sosial, dan pencegahan pembangkitan limbah. Hal ini menjadi penting untuk diperhatikan karena menjaga kelestarian lingkungan merupakan tanggung jawab bersama. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan produk yang ramah lingkungan.

Studi tentang pemasaran hijau tetapi secara khusus tentang sikap konsumen dan niat membeli produk ramah lingkungan telah menjadi perhatian global untuk tujuan pelestarian pencemaran dan degradasi lingkungan. Banyak penelitian telah dilakukan tentang pemasaran hijau yang mengeksplorasi pentingnya topik dan hubungannya dengan sikap dan perilaku pembelian konsumen produk ramah lingkungan. Melalui informasi penting yang diberikan oleh para peneliti yang ahli, kompeten dan berpengalaman, perusahaan telah memahami pentingnya pemasaran hijau untuk menghasilkan produk yang ramah lingkungan. Morel dan Kwakye (2012) menemukan bahwa konsumen yang sudah membeli produk ramah lingkungan dan mereka yang puas dengan pembelian sebelumnya bersedia untuk mengulang pembelian. Memang kepuasan sejalan dengan niat membeli. Sikap positif mengenai kesediaan membayar harga ekstra untuk produk ramah lingkungan juga berkorelasi dengan niat membeli. Namun kami juga menemukan bahwa sikap positif terhadap produk ramah lingkungan tidak selalu mengarah pada tindakan, yaitu pembelian produk ini.

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

A. Metode dan Tahapan

Kegiatan ini melibatkan pihak dari tim pengabdian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung dan Jamaah Majelis Taklim Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum, Desa Sumber Agung, Kemiling, Bandar Lampung.

Tahapan yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian ini adalah

1) Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini dilakukan untuk mempersiapkan kegiatan pelatihan dilakukan antara tim pengabdian dan mitra Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum di Kelurahan Sumber Agung Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung.

2) Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini, tim beserta narasumber memberikan pelatihan kepada peserta yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang pembuatan sabun eco-friendly. Metode yang dilakukan adalah memberikan ceramah dan diskusi, peserta dapat mengajukan pertanyaan kepada narasumber. Namun, sebelum pemberian materi, peserta akan diberikan *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui pemahaman peserta tentang sabun eco-friendly.

3) Tahap Akhir/Penutup

Pada tahap ini memfokuskan pada pelaporan dan pemenuhan keluaran kegiatan, seperti mengikuti seminar nasional, mempersiapkan artikel untuk publikasi dan lain-lain.

B. Deskripsi Kegiatan

Kegiatan ini berupa pemberian edukasi dan pelatihan kepada peserta (Jamaah Jamaah Majelis Taklim) dengan memberikan pelatihan kewirausahaan.

C. Prosedur Kerja

Berikut ini prosedur kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan :



D. Pihak-pihak yang Terlibat

Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ini sebagai berikut:

1. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
2. Mahasiswa

E. Partisipasi Mitra

Mitra kegiatan ini adalah Pondok Pesantren Ishlahul 'Ulum di Kelurahan Sumber Agung Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung. Mitra berpartisipasi dalam hal penentuan peserta dan fasilitasi tempat pelatihan.

F. Evaluasi Pelaksanaan

Sebelum peserta mendapatkan materi dari narasumber, kegiatan ini akan dimulai dengan melakukan *Pre-Test*, tujuan dilakukan *pre-test* yaitu untuk mengetahui pengetahuan para peserta. Dan setelah kegiatan berakhir, peserta akan diberikan *Post-Test* untuk mengukur sejauh mana peserta memahami materi setelah diadakan pelatihan.

Program dikatakan berhasil jika tujuan yang diinginkan tercapai. Indikator yang dapat dijadikan sebagai dasar tercapainya tujuan program ini adalah terdapat pemahaman peserta mengenai produk sabun eco-friendly dan adanya jamaah yang mulai mencoba membuat produk untuk kemudian dijual kembali.

BAB 4

PERSONALIA PENGUSUL DAN KEAHLIAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan oleh 4 (empat) orang dosen tetap Universitas Lampung yang dipimpin oleh satu orang ketua dan tiga orang anggota tim. Secara institusi, Universitas Lampung merupakan satu-satunya universitas negeri di Provinsi Lampung yang memiliki sumber daya manusia yang relatif cukup kuat dalam program-program pengembangan masyarakat. Hubungan tripartite antara perguruan tinggi, pemerintah (pusat/daerah) dan industri relatif telah lama dijalankan oleh Universitas Lampung. Secara teknis, hal ini dilakukan melalui UPT-UPT yang ada pada tingkat universitas maupun fakultas.

Kegiatan pengabdian ini membutuhkan keahlian pada pengembangan sumberdaya manusia dan kewirausahaan yang meliputi keseluruhan aspek-aspek usaha. Terkait dengan hal ini, ketua tim kegiatan pengabdian ini telah memiliki pengalaman dalam upaya-upaya pengembangan kewirausahaan dan pemasaran digital. Sebagai ketua tim pengabdian, Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc. merupakan Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang merupakan Fakultas Terbaik di Universitas Lampung. Adapun anggota-anggota tim lainnya merupakan dosen-dosen yang berpengalaman dalam pendampingan masyarakat dan pengembangan usaha yang dapat dilihat pada lampiran biodata tim pengabdian kegiatan ini. Adapun susunan Tim Pengabdian dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

No	Nama	Keahlian
1	Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.	Manajemen Pemasaran
2	Lidya Ayuni Putri, S.Pd., M.Hum.	Pendidikan
3	Nindytia Puspitasari D., S.E., M.Sc.	Manajemen Keuangan
4	Sari Indah Oktanti S., S.E., M.S.Ak.	Akuntansi
5	Annisa Nurjannah Burni	Mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran
6	Casrini	Mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran

BAB 5

RENCANA ANGGARAN BELANJA DAN JADWAL PELAKSANAAN

A. Rencana Anggaran Biaya (RAB)

No	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga Satuan	Jumlah
1	Pengadaan Alat dan Bahan				
	a. Kuota internet 6 (enam) bulan	20	paket	Rp50.000	Rp1.000.000
	b. Konsumsi pelaksanaan dan monitoring	45	kotak	Rp10.000	Rp450.000
	c. Materi pelatihan	30	eksemplar	Rp10.000	Rp300.000
	Protokol Kesehatan				Rp0
	a. Masker	3	kotak	Rp50.000	Rp150.000
	b. Hand Sanitizer	4	botol	Rp25.000	Rp100.000
	c. Sabun cuci tangan cair	4	botol	Rp10.000	Rp40.000
	d. Tissue	5	buah	Rp10.000	Rp50.000
	e. Termogun	1	buah	Rp200.000	Rp200.000
	Sub Total 1				Rp2.290.000
2	Travel Expenditure				
	a. Rental mobil survey awal lokasi	1	unit	Rp300.000	Rp300.000
	b. Rental mobil pelaksanaan pelatihan	1	unit	Rp300.000	Rp300.000
	c. Rental mobil monitoring I	1	unit	Rp300.000	Rp300.000
	d. Rental mobil monitoring II	1	unit	Rp300.000	Rp300.000
Sub Total 2				Rp1.200.000	
3	Alat Tulis Kantor (ATK)				
	a. Staples	4	buah	Rp15.000	Rp60.000
	b. Isi staples	5	kotak	Rp2.000	Rp10.000
	c. Cutter besar	2	buah	Rp20.000	Rp40.000
	d. Gunting	2	buah	Rp20.000	Rp40.000
	e. Box file	5	buah	Rp10.000	Rp50.000
	d. Binder clips besar	1	kotak	Rp20.000	Rp20.000
	e. Ballpoint	2	kotak	Rp25.000	Rp50.000
	f. Kertas A4 70 gram	5	rim	Rp40.000	Rp200.000
	g. Kertas F5 70 gram	1	rim	Rp40.000	Rp40.000
	h. Tinta printer	2	buah	Rp300.000	Rp600.000
	i. Flashdisk	2	buah	Rp100.000	Rp200.000
	j. Lem kertas	3	buah	Rp5.000	Rp15.000
	k. Isolasi	2	buah	Rp10.000	Rp20.000
l. CD-RW	10	buah	Rp10.000	Rp100.000	
m. Pensil 2B	3	kotak	Rp40.000	Rp120.000	

	n. Penghapus Pensil	1	kotak	Rp40.000	Rp40.000
	o. White board standing	1	buah	Rp375.000	Rp375.000
	p. Spidol white board	2	buah	Rp10.000	Rp20.000
	q. Penghapus white board	1	buah	Rp10.000	Rp10.000
	Sub Total 3				Rp2.010.000
4	Laporan/Publikasi				
	a. Penyusunan Proposal	5	buah	Rp100.000	Rp500.000
	b. Penyusunan Laporan	5	buah	Rp100.000	Rp500.000
	c. Pengadaan Laporan	5	buah	Rp100.000	Rp500.000
	d. Seminar	1	buah	Rp1.500.000	Rp1.500.000
	e. Publikasi	1	buah	Rp1.500.000	Rp1.500.000
	Sub Total 4				Rp4.500.000
Total Anggaran (Sub Total 1 + Sub Total 2 + Sub Total 3 + Sub Total 4)					Rp10.000.000

B. Jadwal Pelaksanaan

Berikut ini Jadwal Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berjudul **Pemberdayaan Ekonomi Perempuan dengan Pelatihan Pembuatan Sabun Eco-friendly dengan Menerapkan Sistem Eco-responsibility** pada Jamaah Majelis Taklim Pondok Pesantren Ishlahul ‘Ulum, Desa Sumber Agung, Kemiling, Bandar Lampung, direncanakan dilakukan selama 6 bulan, dengan uraian kegiatan pada tabel berikut:

No	URAIAN KEGIATAN	BULAN KE-																							
		I				II				III				IV				V				VI			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey Awal	■	■	■	■																				
2	Desain Kegiatan					■	■	■	■																
3	Pelaksanaan Kegiatan									■	■	■	■												
4	Monitoring													■	■	■	■								
6	Penyusunan Laporan Kegiatan																	■	■	■	■				
7	Penyerahan Laporan Kegiatan																					■	■	■	■

DAFTAR PUSTAKA

Cherian, Jacob. Jacob, Jolly. Green Marketing: A Study of Consumers' Attitude towards Environment Friendly Products. *Asian Social Science*; Vol. 8, No. 12; 2012

Chung Y, Tsai C. 2007. The effect of green design activities on new product strategies and performance: an empirical study among high-tech companies. *International Journal of Management* 24 (2): 276–288.

Heo, Jun & Muralidharan, Sidharth. (2019). What triggers young Millennials to purchase eco-friendly products?: the interrelationships among knowledge, perceived consumer effectiveness, and environmental concern. *Journal of Marketing Communications*. 25. 421-437. 10.1080/13527266.2017.1303623.

Marla B. Royne, Jennifer Martinez, Jared Oakley, Alexa K. Fox, The Effectiveness of Benefit Type and Price Endings in Green Advertising *Journal of Advertising*, 10.1080/00913367.2012.10672459. , 41, 4, (85-102), (2012).

Morel, Magali. Kwakye, Francois. Green marketing: Consumers' Attitude towards Eco-friendly Products and Purchase Intention in the FastMoving Consumer Goods (FMCG) sector. 2012. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:553342/FULLTEXT01.pdf>

Pujari D. 2006. Eco-innovation and new product development: understanding the influences on market performance. *Technovation* 26 (1): 76–85.

<https://www.patikab.go.id/v2/id/2015/08/03/dampak-limbah-deterjen-bagi-lingkungan/#:~:text=Sesungguhnya%20limbah%20yang%20dihasilkan%20deterjen%20sangat%20merusak%20lingkungan.&text=Sehingga%20sisa%20limbah%20deterjen%20yang,yang%20mengancam%20stabilitas%20lingkungan%20hidup.> (diakses Februari 2021)

<https://sustaination.id/bahaya-deterjen-terhadap-lingkungan-dan-kesehatan/> (diakses Februari 2021)

