

Pemberdayaan UKM Herbal Suti Sehati di Sukoharjo, Jawa Tengah melalui Produksi dan Digital Marketing Produk Minyak Atsiri serta Sabun Aromaterapi Varian Kunyit dan Temugiring

Sri Retno Dwi Ariani*¹, Endang Susilowati², Maria Ulfa³, Nadia Indri Safitri⁴, Azizah Nur Prasetyawati⁵, Khoirur Rohmaniatush Sholihah⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Pendidikan Kimia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia

*e-mail: sriretno71@staff.uns.ac.id¹, endang_s70@staff.uns.ac.id², mariaulfa@staff.uns.ac.id³, nadiaindrisa25@student.uns.ac.id⁴, azizahnurp@student.uns.ac.id⁵, khoirurrohma@student.uns.ac.id⁶

Abstrak

Usaha Kecil Menengah (UKM) Suti Sehati bergerak di bidang industri herbal, berlokasi di Nguter Sukoharjo Jateng Indonesia, dengan owner Ibu Suti. Permasalahan UKM Suti Sehati saat ini adalah: 1) UKM berkeinginan memproduksi minyak atsiri dan sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring, tetapi belum memiliki ketrampilan teknik produksi, packaging, labelling dan pemasarannya, 2) UKM perlu pendampingan teknik produksi, packaging, labelling dan pemasaran secara digital pada produk minyak atsiri serta sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring. Metode pemberdayaan UKM yang diterapkan meliputi: observasi, wawancara, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Kegiatan yang telah dilaksanakan sebagai solusi guna mengatasi permasalahan UKM antara lain, Tim PKM UNS melaksanakan: 1) Pelatihan preparasi rimpang kunyit dan temugiring, 2) Pelatihan desain label, 3) Pelatihan teknik produksi, packaging, labelling dan digital marketing melalui Shopee pada produk minyak atsiri serta sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring, 4) Partisipasi dalam kegiatan pameran di Sukoharjo Expo, 5) Evaluasi pelaksanaan, dan 6) Monitoring keberlanjutan program. Hasil kegiatan menunjukkan terwujudnya keterampilan UKM dalam bidang produksi, packaging, labelling dan digital marketing melalui Shopee terhadap produk minyak atsiri serta sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring. Setelah 3 bulan pemasaran, terjadi peningkatan kuantitas produksi dan pemasaran oleh UKM, sehingga bermuara pada peningkatan penghasilan UKM sebesar 6%/bulan.

Kata Kunci: Digital Marketing, Kunyit, Minyak Atsiri, Sabun Aromaterapi, Shopee, Temugiring

Abstract

Small and Medium Enterprise (UKM) Suti Sehati operates in the herbal industry, located in Nguter Sukoharjo, Central Java, Indonesia with the owner Mrs. Suti. The problems of UKM Suti Sehati were: 1) UKM wanted to produce essential oils and aromatherapy soaps variants of turmeric and temugiring, but didn't yet have the skills in production, packaging, labeling and marketing, 2) UKM needed assistance of production, packaging, labeling and digital marketing on essential oils products and aromatherapy soaps. The SME empowerment methods implemented included: observation, interview, counseling, training and mentoring. Activities that had been implemented, the PKM UNS Team carried out: 1) Training on preparation of turmeric and temugiring, 2) Training on label design, 3) Training on production, packaging, labeling and marketing on Shopee for essential oils products and aromatherapy soaps variants of turmeric and temugiring, 4) Participation in exhibition activities at the Sukoharjo Expo, 5) Evaluation, and 6) Monitoring program. The results of the activities showed the realization of SME skills in the fields of production, packaging, labelling, and digital marketing through Shopee for essential oils and aromatherapy soap, both turmeric and temugiring variants. After 3 months of marketing, there was an increase in the quantity of production and marketing by the SMEs, which led to an increase in SME income by 6%/month.

Keywords: Aromatherapy Soap, Digital Marketing, Essential Oil, Shopee, Temugiring, Turmeric

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan keberagaman hayati terbesar nomor 2 di dunia. Dengan kondisi bahan baku yang beraneka ragam dan berlimpah, menyebabkan Indonesia sangat potensial untuk mengembangkan industri herbal. UKM herbal di wilayah Sukoharjo yang semakin berkembang dan perlu pembinaan adalah UKM Suti Sehati. UKM Herbal Suti Sehati berlokasi di

Desa Pengkol, Nguter Sukoharjo Jawa Tengah, dengan pemiliknya adalah Ibu Suti. UKM memproduksi aneka jamu, teh herbal, empon- empon basah dan simplisia rajang kering.

Disamping sebagai pengusaha herbal, UKM juga menjadi petani empon-empon pada lahan seluas 1,2 Ha. Empon-empon yang ditanam antara lain kunyit, temugiring, temulawak, lempuyang, kencur dan jahe. Dalam satu kali panen, rata2 dihasilkan tiap jenis empon-empon sebanyak 5-8 Kwintal. Mulai dari penanaman sampai masa panen tiap jenis empon-empon, kira-kira dibutuhkan waktu selama 9 bulan. Produk hasil panen sebagian dijual mentah, sebagian dijual sebagai rajang kering, sebagian digunakan sebagai bahan baku jamu.

Dalam rangka pemberdayaan UKM herbal dan hilirisasi produk empon-empon agar terjadi peningkatan nilai ekonominya, maka diperlukan inovasi produk berbasis empon-empon, selain produk-produk yang sudah dihasilkan di atas. Dari hasil observasi dan wawancara dengan UKM, UKM menyatakan ingin dibina untuk dapat memproduksi essential oil atau minyak atsiri dan produk hasil diversifikasi minyak atsiri yaitu, sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring. Sabun aromaterapi yang dipilih pada kegiatan pengabdian ini termasuk jenis sabun mandi padat. Sabun mandi padat merupakan reaksi antara senyawa natrium dengan asam lemak dari minyak (Ariani et al., 2024). Selanjutnya sabun mandi padat ditambahkan minyak atsiri kunyit dan temugiring. Minyak atsiri dan sabun mandi aromaterapi kunyit mengandung komponen kimia aktif phellandrene (10,94), α -cubebene (19,14%), dan α -chamigrene (24,92%) sehingga berkhasiat sebagai antioksidan, antibakteri, antijamur, antiinflamasi, antijerawat dan antiaging (Ariani et al., 2023 dan Paucar, 2024). Sedangkan minyak atsiri dan sabun mandi aromaterapi temugiring mengandung komponen kimia aktif 2-decanone (7.25%), 2-undecanol (7.98%), α -copaene (9.06%), dan 2-pinene-4 one (12.08%) sehingga berkhasiat sebagai antioksidan, antibakteri, antijamur, antiaging, dan mencerahkan kulit (Ariani et al., 2023 dan Sudjarwo et al., 2023).

Minyak atsiri dan sabun aromaterapi merupakan produk herbal yang memiliki khasiat kesehatan, mewah dan elegan. Guna menopang pemasaran masih harus *upgrade* dengan teknik pengemasan dan labelisasi yang inovatif, modern dan menarik konsumen. Pendampingan di bidang pengemasan produk bagi UKM sangat penting, karena merupakan kunci guna meningkatkan daya saing produk di pasaran. Kemasan sebuah produk merupakan media komunikasi antara konsumen dan produsen yang berfungsi untuk membentuk. Pengemasan yang baik selain berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga untuk meningkatkan persepsi terhadap kualitas produk sehingga lebih menarik perhatian konsumen (Suryani & Pratama, 2021). *Membranding* sebuah produk lewat kemasan bertujuan untuk memperkuat citra produk melalui teknik pengemasan. Konsumen sering kali mengandalkan kemasan sebagai alat komunikasi untuk memahami atribut produk, membuat keputusan pembelian, dan menyimpulkan kualitas (Yadaf, 2024). Komponen utama dalam desain kemasan guna menciptakan kemasan yang memikat yaitu pemilihan warna, jenis huruf, elemen visual, dan konsistensi merek. Desain kemasan menjadi hal yang harus diperhatikan, karena menyangkut bagaimana pandangan konsumen. Sebuah produk dapat membangun citra khusus di benak konsumen. (Rimbawan et al., 2024).

Suatu produk yang dijual di pasaran, selain diberi kemasan dan merek, juga harus diberi label. Pelabelan memberikan keterangan terkait produk tersebut maupun produsennya. Dengan adanya label yang menarik, diharapkan produk tersebut mudah dikenali oleh masyarakat. Melalui label kemasan, produsen dapat menyampaikan informasi terkait *brand*, legalitas, kualitas, petunjuk pemakaian, kode produksi, sehingga label menjadi identitas produk meskipun di pasaran terdapat beberapa produk yang sama. Tidak mengherankan apabila atribut produk termasuk label pada kemasan terbukti menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian (Lusianingrum et al., 2021).

Pada kenyataannya, revolusi industri 4.0 telah memacu digitalisasi di seluruh aspek industri yang mengakibatkan perubahan besar dalam model berbisnis, sehingga menelurkan berbagai macam bisnis baru dan mendisrupsi usaha konvensional yang sudah lama berdiri (Ammar & Satria, 2023; Fachrina & Nawawi, 2022). Dengan kondisi ini, terdapat banyak hal yang harus diantisipasi oleh para pebisnis. Supaya dapat mengikuti zaman, maka UKM Suti Sehati membutuhkan pembinaan di bidang *marketing* produk-produknya dengan memanfaatkan

teknologi *digital marketing*. *Marketplace* yang dipilih adalah *Shopee*. *Shopee* adalah *platform online marketplace* yang dipakai untuk mempraktikkan penjualan dan pembelian barang secara aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Shopee* menempati posisi teratas sebagai *platform belanja online* yang paling favorit. Data *SimilarWeb* menyatakan bahwa *Shopee* menduduki ranking pertama sebagai *e-commerce* dengan jumlah pengunjung paling tinggi pada periode Mei 2023 dengan jumlah pengunjung sebesar 161.000.000 orang, selanjutnya *Tokopedia* yang meraih pengunjung sejumlah 106.000.000 orang dan *Lazada* dengan pengunjung berjumlah 70.000.000 orang. Layanan dari *Shopee* terhadap konsumen diterapkan melalui interaksi antara produsen dan konsumen dengan mudah, cepat, dan tepat (Fachrina & Nawawi, 2022; Marris, 2023). Banyak inovasi dan strategi *marketing* yang telah dilakukan *Shopee* untuk melakukan penetrasi pasar contohnya *flash sale*, iklan dengan *Brand Ambassador*, gamifikasi pada aplikasi *mobile* dan *special event* (Asih, 2024). *Shopee* mengutamakan pada kepuasan konsumen melalui keamanan transaksi, harga yang terjangkau, dan penawaran produk yang berkualitas. Keunggulan *Shopee* tidak hanya pada ketertarikan konsumen terhadap mudahnya berbelanja *online*, tetapi juga komitmen *Shopee* terhadap penyediaan pengalaman berbelanja yang memuaskan konsumen (Alamin et al., 2023).

Adapun permasalahan UKM Suti Sehati saat ini adalah: 1) UKM belum memiliki peralatan distilasi minyak atsiri kunyit dan temugiring skala industri dengan sumber energi dari listrik; 2) UKM belum memiliki keterampilan di bidang produksi minyak atsiri kunyit dan temugiring serta produk turunannya yaitu sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring; 2) UKM belum memiliki keterampilan dibidang *packaging*, *labelling* serta *digital marketing* melalui *Shopee* terhadap produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring.

Tujuan kegiatan PKM ini adalah melaksanakan kegiatan pemberdayaan UKM Herbal Suti Sehati untuk meningkatkan keterampilan produksi, *packaging*, *labelling*, serta *digital marketing* melalui *Shopee* terhadap produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi kunyit dan temugiring.

2. METODE

Tim Pelaksana kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Universitas Sebelas Maret Tahun Anggaran 2024 yang berasal dari Grup Riset Produk Alam, Rekayasa Molekul, dan Pembelajaran Kimia, Program Studi P. Kimia FKIP UNS. Lokasi kegiatan PKM di Nguter Sukoharjo Jawa Tengah. Kegiatan PKM UNS ini dilaksanakan mulai tanggal 15 Maret 2024 sampai dengan 11 November 2024. Sasaran kegiatan adalah UKM Suti Sehati. Metode yang dilaksanakan antara lain: observasi, wawancara, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan.

2.1. Tahap Pelaksanaan

Adapun tahap-tahap pelaksanaan adalah sebagai berikut:

- a. Sosialisasi dan koordinasi antara Tim Pengabdian beserta dengan UKM
- b. Pembukaan kegiatan PKM
- c. Pelatihan penyediaan bahan berupa rimpang kunyit dan temugiring
- d. Kegiatan serah terima hibah alat TTT berupa seperangkat alat distilasi uap-air dengan sumber energi listrik serta bahan dan alat lain yang diperlukan untuk produksi minyak atsiri dan sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring
- e. Pelatihan desain label minyak atsiri dan sabun aromaterapi
- f. Pelatihan produksi, *packaging* dan *labelling* produk minyak atsiri kunyit dan temugiring
- g. Pelatihan produksi, *packaging* dan *labelling* produk sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring
- h. Partisipasi dalam kegiatan pameran di Sukoharjo *Expo* tanggal 3-7 Juli 2024
- i. Pelatihan teknik pemasaran minyak atsiri serta sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring melalui *digital marketing Shopee*

2.2. Evaluasi Keberhasilan Program

Guna mengukur efektivitas program maka dilaksanakan kegiatan evaluasi terhadap keberhasilan program. Pelaksanaan evaluasi dilaksanakan pada tanggal 18 Oktober 2024 dengan

metode wawancara dan observasi. Wawancara berisi pertanyaan terkait bagaimana tingkat kepuasan UKM terhadap: 1) hibah alat Teknologi Tepat Guna (TTG) berupa seperangkat alat distilasi uap-air dengan sumber energi listrik serta bahan dan peralatan yang diperlukan untuk produksi minyak atsiri dan sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring, 2) pembinaan dari Tim PKM UNS, dan 3) bagaimana efek kegiatan terhadap peningkatan keterampilan produksi, *packaging*, *labelling*, serta *digital marketing* melalui *Shopee* terhadap produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring.

2.3. Indikator Keberhasilan Program

Indikator Program Pengabdian Kepada Masyarakat menyatakan bahwa kegiatan ini disebut berhasil apabila sesudah kegiatan selesai: 1) UKM memiliki keterampilan mengoperasikan Teknologi Tepat Guna berupa seperangkat alat distilasi uap-air dengan sumber energi listrik, 2) UKM memiliki keterampilan dibidang produksi, *packaging*, *labelling*, serta *digital marketing* melalui *Shopee* terhadap produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring, dan 3) Terjadi peningkatan kuantitas produksi serta pemasaran produk oleh UKM yang selanjutnya menimbulkan dampak pada peningkatan penghasilan UKM.

2.4. Monitoring Keberlanjutan Program

Selama tiga bulan setelah dilaksanakan kegiatan PKM, masih diperlukan monitoring dan pendampingan guna keberlanjutan kegiatan. Perencanaan monitoring keberlanjutan program dilaksanakan pada tanggal 06 November 2024, dengan metode diskusi antara Tim PKM UNS bersama dengan UKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Pelaksana kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) UNS Tahun Anggaran 2024, dengan ketua dan anggota yang berasal dari Prodi S1 dan S2 P.Kimia FKIP UNS, telah melaksanakan kegiatan dengan lancar. Mitra pada kegiatan ini adalah UKM Suti Sehati. Kegiatan PKM dilaksanakan dalam beberapa tahapan, yaitu:

3.1. Tahap Pelaksanaan

3.1.1. Sosialisasi dan Koordinasi antara Tim PKM dengan UKM Suti Sehati

Kegiatan awal adalah sosialisasi dan koordinasi. Kegiatan dilaksanakan tanggal 18 Maret 2024. Koordinasi awal pertemuan dilaksanakan secara daring dengan sarana *Gmeet* bersama seluruh anggota Tim PKM-UNS Bersama mitra guna memberikan gambaran kegiatan yang akan dilaksanakan dalam rangka mengatasi permasalahan UKM.

3.1.2. Pembukaan Kegiatan PKM-UNS

Selanjutnya pada tanggal 20 Maret 2024 dilaksanakan kegiatan pembukaan secara luring (pertemuan tatap muka). Kegiatan dilaksanakan di Lokasi Mitra UKM Suti Sehati.



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan PKM-UNS

3.1.3. Serah Terima Alat Teknologi Tepat Guna Berupa Alat Distilasi Uap-Air, Bahan-Bahan dan Alat Lainnya

Kegiatan serah terima alat dan bahan untuk produksi minyak atsiri dan sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring serta alat Teknologi Tepat Guna (TTG) dilaksanakan pada tanggal 20 Maret 2024. Inovasi TTG yang diimplementasikan kepada Mitra adalah alat distilasi uap-air yang berfungsi untuk mengisolasi minyak atsiri dari rimpang kunyit dan temugiring. Kegiatan serah terima hibah TTG ditampilkan pada Gambar di bawah ini.



Gambar 2. Kegiatan (a) Serah terima alat TTG berupa alat distilasi uap-air, serta (b) serah terima bahan dan alat untuk produksi minyak atsiri dan sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring

3.1.4. Penyuluhan Pengenalan dan Preparasi Rimpang Kunyit dan Temulawak

Penyuluhan teori tentang rimpang kunyit dan temulawak, khasiat, dan manfaatnya dilanjutkan preparasi bahan dimulai pelaksanaannya pada tanggal 08 Mei 2024. Pertama-tama dilaksanakan kegiatan penyuluhan terkait materi kunyit, temugiring serta produk minyak atsiri kepada UKM Suti Sehati, diantaranya: kadar minyak atsiri kunyit dan temugiring rata-rata sebesar 0,16 % dengan warna kuning muda untuk minyak atsiri kunyit dan warna kuning kecoklatan untuk minyak atsiri temugiring (Ariani et al., 2023). Empon-empon yang dimanfaatkan sebagai bahan baku pada kegiatan PKM ini adalah kunyit dan temugiring. Selain memiliki bioaktivitas sebagai antioksidan dan antibakteri, minyak atsiri kunyit dan temugiring, bersifat aromaterapi, dengan khasiat menenangkan. Terkait dengan inovasi produksi sabun mandi padat, agar sabun dasar yang dihasilkan pada program PKM ini memiliki khasiat maka pada sabun dasar dapat ditambahkan minyak atsiri kunyit dan temugiring, karena sifat minyak atsiri kunyit dan temugiring yang menenangkan maka sabun varian kunyit dan temugiring yang dihasilkan pada kegiatan PKM ini juga merupakan sabun aromaterapi (Ariani et al., 2024).

Pelatihan preparasi kunyit dan temugiring, meliputi: panen kunyit di lahan yang dimiliki UKM Suti Sehati, dilakukan proses sortir, lalu rimpang hasil sortir dicuci hingga bersih, lalu ditiriskan. Rimpang hasil pencucian dirajang (bisa manual dengan pisau atau dengan mesin) tipis-tipis, lalu dikeringkan dengan sinar matahari tidak langsung. Kunyit dan temugiring rajang kering yang dihasilkan (simplisia) selanjutnya disimpan dalam kemasan tertutup dan sewaktu-waktu dapat dilaksanakan proses isolasi minyak atsirinya (Ariani et al., 2021; Ariani et al., 2022).

3.1.5. Pelatihan Desain Label Minyak Atsiri Kunyit dan Temugiring serta Label Sabun Aromaterapi Varian Kunyit dan Temugiring

Selanjutnya dilaksanakan pelatihan desain label minyak atsiri kunyit dan temugiring. Label sebagai hasil dari kegiatan pelatihan ditampilkan pada Gambar di bawah ini.



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 3. Desain label: (a) minyak atsiri kunyit, (b) minyak atsiri temugiring, (c) sabun aromaterapi varian kunyit, dan (d) sabun aromaterapi varian temugiring

3.1.6. Pelatihan Teknik Produksi, *Packaging* dan *labelling* Minyak Atsiri Kunyit dan Temugiring

Kegiatan pelatihan teknik produksi, *packaging* dan *labelling* minyak atsiri kunyit dan temugiring dilaksanakan mulai pada tanggal 3 Juni 2024. Proses produksi minyak atsiri pada umumnya menggunakan metode distilasi. Prinsip kerjanya adalah mengisi ketel dengan air sampai volume tertentu, lalu material berupa simplisia kunyit dan temugiring (salah satu) dimasukkan ke dalam ketel distilasi. Kelebihan metode ini adalah tekniknya yang sederhana, mudah dipelajari, mudah dilaksanakan dan biaya operasionalnya cukup murah (Ariani et al., 2021).

Selanjutnya minyak atsiri yang dihasilkan disimpan dalam botol coklat, diberi pipet pada tutupnya dan diberi label. Teknologi pengemasan terkini tidak hanya mencakup estetika yang menarik tetapi juga memberikan solusi ramah lingkungan. Disamping teknik produksi, *packaging* merupakan bagian yang sangat penting yang harus dikuasai oleh produsen. Hal ini sejalan dengan studi yang telah dilakukan oleh Yadaf (2024) yang menekankan pentingnya kemasan dalam menciptakan hubungan positif antara produk dengan konsumen, meningkatkan daya tarik produk, dan mengarahkan perilaku konsumen. Kemasan memegang peranan penting dalam membentuk persepsi konsumen dan keputusan pembelian. Produk minyak atsiri kunyit dan temugiring dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Produk: (a) minyak atsiri kunyit, dan (b) minyak atsiri temugiring

3.1.7. Pelatihan Produksi, *Packaging* dan *labelling* Sabun Aromaterapi

Selanjutnya dilaksanakan kegiatan pelatihan produksi, *packaging*, dan *labelling sabun aromaterapi* varian kunyit dan temugiring. Kegiatan mulai dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2024. Pembuatan sabun mencakup formulasi untuk menciptakan produk yang ramah kulit dan lingkungan. Dengan penambahan minyak atsiri kunyit dan temugiring, sabun aromaterapi diharapkan berkhasiat memberikan kelembutan pada kulit, bersifat antioksidan dan antibakteri, sebagai aromaterapi dan relaksasi. Inovasi teknologi formulasi sabun aromaterapi berbasis herbal memberikan keunggulan kompetitif dalam menciptakan sabun yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan.

Selanjutnya dilaksanakan pelatihan *packaging* dan *labelling* terhadap produk sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring. Kegiatan pelatihan ini sejalan dengan studi yang dilaksanakan oleh Martubongs et al. (2024) yang menyatakan bahwa *packaging* dan *labelling* yang menarik dapat meningkatkan ketertarikan, minat dan jangkauan konsumen serta menjadi pembeda terhadap pesaing di bidang yang sama. Produk *sabun aromaterapi* beradisi minyak atsiri kunyit dan temugiring terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Produk sabun aromaterapi varian: (a) kunyit, dan (b) temugiring

3.1.8. Partisipasi dalam kegiatan pameran di Sukoharjo Expo tanggal 3-7 Juli 2024

Pada tanggal 3-7 Juli 2024 UKM Suti Sehati berpartisipasi mengikuti kegiatan pameran di Sukoharjo Expo. UKM Suti Sehati disamping menjual aneka jenis herbal juga menjual produk minyak atsiri kunyit dan temu giring serta sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring. Banyak pembeli yang tertarik untuk membeli sabun aromaterapi, sedangkan minyak atsirinya belum ada pembeli yang tertarik karena rata-rata belum tahu pemakaian minyak atsiri kunyit dan temugiring untuk apa.

3.1.9. Penyuluhan dan Pelatihan Pemasaran Produk Minyak Atsiri Kunyit dan Temugiring serta Sabun Aromaterapi Varian Kunyit dan Temugiring Secara *Online* Melalui *Shopee*

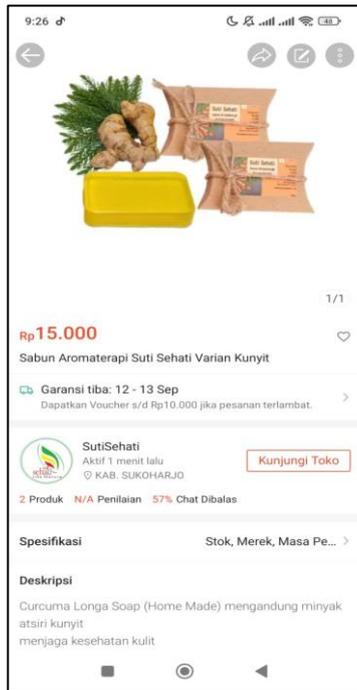
Kegiatan berikutnya adalah penyuluhan dan pelatihan pemasaran minyak atsiri kunyit dan temugiring serta sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring secara *online* melalui *Shopee*. Sebelum proses pelatihan, terlebih dahulu dilaksanakan kegiatan penyuluhan tentang *Shopee*. *Shopee* sebagai *platform e-commerce* menggambarkan era digital dalam distribusi produk-produk inovatif di atas. Melalui integrasi teknologi, konsumen dapat mengakses, memilih dan membeli berbagai produk secara online. Melalui fitur-fitur yang ada seperti penilaian terhadap produk dan ulasan dari konsumen, *Shopee* mampu berinovasi dan meningkatkan kualitas. Kerjasama antara produsen dan *Shopee* memungkinkan produk-produk yang berkualitas dapat tetap dijangkau oleh berbagai kalangan konsumen serta menjembatani apabila terjadi kesenjangan antara produsen dan pasar. Pada kegiatan PKM ini, pemilihan *Shopee* sebagai sarana pemasaran digital, sudah tepat, hal ini sejalan dengan hasil *study* dari Alamin et al., (2023) yang menyatakan bahwa *Shopee* telah berhasil menciptakan reputasi sebagai *digital marketing* paling diminati dan terbesar di Indonesia. Pemasaran produk minyak atsiri serta sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring UKM Suti Sehati melalui *Shopee* tersaji pada Gambar di bawah ini.



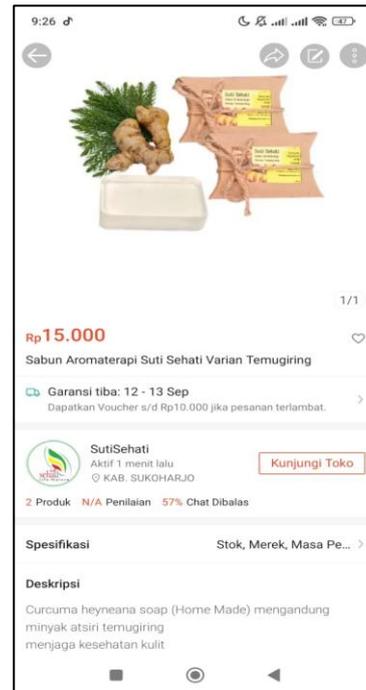
Gambar 6. Pemasaran minyak atsiri kunyit UKM Suti Sehati melalui *Shopee*



Gambar 7. Pemasaran minyak atsiri temugiring UKM Suti Sehati melalui *Shopee*



Gambar 8. Pemasaran produk sabun aromaterapi varian kunyit Suti Sehati melalui *Shopee*



Gambar 9. Pemasaran produk sabun aromaterapi varian temugiring UKM Suti Sehati melalui *Shopee*

3.2. Evaluasi Keberhasilan Program

Dari hasil wawancara dan observasi dapat diperoleh kesimpulan bahwa UKM sangat sangat antusias dan berterimakasih karena: 1) mendapatkan hibah alat TTG berupa seperangkat alat distilasi uap-air dengan sumber listrik, untuk memproduksi minyak atsiri, 2) mendapatkan hibah berupa alat dan bahan untuk produksi minyak atsiri dan sabun aromaterapi, 3) UKM Suti Sehati sudah merasa puas dengan kegiatan pemberdayaan yang telah dilaksanakan oleh Tim PKM UNS dan berharap pada tahun anggaran berikutnya dapat dipilih lagi sebagai mitra yang akan dibina, dan 4) UKM telah memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang memadai tentang produksi, *packaging*, labelisasi, dan pemasaran melalui *Shopee* maupun melalui *offline* dari produk minyak atsiri serta sabun aromaterapi kunyit dan temugiring. Hasil observasi menunjukkan bahwa UKM telah terampil memproduksi minyak atsiri dan sabun aromaterapi, keduanya varian kunyit dan temugiring serta terampil dalam menggunakan aplikasi *Shopee* dalam pemasaran produk sehari-hari.

3.3. Indikator Keberhasilan Program

Keadaan sebelum dan setelah kegiatan PKM UNS tahun 2024 dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 1. Keadaan sebelum dan setelah kegiatan PKM UNS 2024

No	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1.	UKM belum memiliki Teknologi Tepat Guna berupa seperangkat alat distilasi uap-air dengan sumber energi listrik untuk memproduksi minyak atsiri kunyit dan temugiring	UKM telah memiliki Teknologi Tepat Guna berupa seperangkat alat distilasi uap-air dengan sumber energi listrik untuk memproduksi minyak atsiri kunyit dan temugiring
2.	UKM belum memiliki keterampilan memanfaatkan TTG berupa seperangkat alat distilasi uap-air dengan sumber energi listrik untuk memproduksi minyak atsiri kunyit dan temugiring	UKM terampil memanfaatkan TTG berupa seperangkat alat distilasi uap-air dengan sumber energi listrik untuk memproduksi minyak atsiri kunyit dan temugiring

3.	UKM belum memiliki keterampilan di bidang <i>packaging</i> produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi kunyit dan temugiring	UKM sudah memiliki keterampilan di bidang <i>packaging</i> produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi kunyit dan temugiring
4.	UKM belum memiliki desain label produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi kunyit dan temugiring	UKM sudah memiliki desain label produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi kunyit dan temugiring yang menarik perhatian konsumen
5.	UKM belum memiliki keterampilan dibidang pemasaran secara digital melalui <i>Shopee</i> untuk produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi kunyit dan temugiring	Setelah dilaksanakan pelatihan, UKM telah memiliki keterampilan dibidang pemasaran secara digital melalui <i>Shopee</i> untuk produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi kunyit dan temugiring.
6.	Belum terjadi peningkatan kuantitas produksi dan pemasaran produk oleh UKM	Setelah 3 bulan pemasaran, terjadi peningkatan kuantitas produksi dan pemasaran oleh UKM, yang bermuara pada peningkatan pendapatan UKM sebesar 6%/bulan.

3.4. Monitoring Keberlanjutan Program

Berikutnya dilaksanakan kegiatan monitoring keberlanjutan program. Kegiatan ini rencananya dilaksanakan setiap tiga bulan sekali. Apabila UKM Suti Sehati ada kendala atau ingin *sharing* terkait proses produksi, *packaging*, *labelling* dan pemasaran melalui *digital marketing* produk minyak atsiri serta *sabun aromaterapi* kunyit dan temugiring, maka Tim PKM UNS akan memberikan konsultasi. Konsultasi tersebut dapat dilakukan secara *offline* melalui silaturahmi kunjungan ke UKM atau secara *online* yang dapat juga dilakukan melalui telepon, *Whatsapp*, *Zoom* atau *Gmeet*.

4. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari kegiatan PKM ini adalah : 1) Tim PKM UNS telah melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan mitra UKM Suti Sehati antara lain berupa: sosialisasi dan koordinasi, pembukaan kegiatan, serah terima alat, bahan dan alat teknologi Tepat Guna berupa alat distilasi uap-air, penyuluhan preparasi rimpang kunyit dan temugiring, pelatihan desain label, pelatihan produksi, *packaging* dan *labelling* minyak atsiri kunyit dan temugiring, pelatihan teknik produksi, *packaging* dan *labelling* sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring, penyuluhan dan pelatihan pemasaran secara *digital* melalui *Shopee* terhadap produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi varian kunyit dan temugiring, pemasaran produk minyak atsiri dan sabun aromaterapi kunyit dan temugiring secara *offline* melalui kegiatan pameran, evaluasi pelaksanaan program serta monitoring keberlanjutan program, 2) UKM Suti Sehati telah memiliki ketrampilan yang memadai di bidang teknik produksi, *packaging*, *labelling* dan *digital marketing* melalui *Shopee* untuk produk minyak atsiri serta sabun aromaterapi, keduanya varian kunyit dan temugiring, 3) UKM Suti Sehati telah dapat memproduksi dan memasarkan produk minyak atsiri kunyit dan temugiring serta sabun aromaterapi kunyit dan temugiring, 4) Setelah 3 bulan pemasaran, terjadi peningkatan kuantitas produksi dan pemasaran oleh UKM, yang bermuara pada peningkatan penghasilan UKM sebesar 6%/bulan. Salah satu tantangan dalam implementasi program ini adalah keterbatasan akses internet bagi UKM, yang menghambat optimalisasi pemasaran digital. Ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan serta kerja sama dengan pemerintah daerah untuk mendukung legalisasi produk dan peningkatan jangkauan pasar digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Universitas Sebelas Maret Tahun Anggaran 2024 yang berasal dari Prodi P. Kimia FKIP UNS beserta mitra mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada Penyandang Dana. Kegiatan ini dapat terlaksana dan

terlaksana berdasarkan terbitnya Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Pengabdian Dana Non APBN UNS Tahun Anggaran 2024, Nomor: 195.1 / UN27.22 / PT.01.03 / 2024, yang dikeluarkan pada hari Jumat, 15 Maret 2024. Penugasan kegiatan P2M ini merupakan skema kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Sebelas Maret (PKM-UNS).

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, Fathir, & Khairunnas. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 120-131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Ammar, I., & Satria, D. (2023). Digitalisasi Sektor UMKM dan Dampaknya terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 2(4), 716-726. <https://doi.org/10.21776/jdess.2023.02.4.01>
- Ariani, S. R. D., Mitsalina, A. V., & Wathon, M. H. (2024). Chemical Composition and Antibacterial Activity of *Plumeria alba* L., *Polianthes tuberosa* L., and *Cananga odorata* L. Flowers Essential Oils as Bioadditives in Transparent Solid Bath Soap. *Molekul*, 19(3), 463-79. <https://doi.org/10.20884/1.jm.2024.19.3.10280>
- Ariani, S. R. D., Mulyani, S., Susilowati, E., & Van Hayus, E. S. (2023). Chemical Composition, Antibacterial, and Antioxidant Activities of Turmeric, Javanese Ginger, and Pale Turmeric Essential Oils that Growing in Indonesia. *Journal of Essential Oil Bearing Plants*, 26(6), 1371-1386. <https://doi.org/10.1080/0972060X.2023.2287598>
- Ariani, S. R. D., Purniasari, L., Basyiroh, U., & Evangelista, E. (2022). Chemical Composition, Antibacterial and Antioxidant Activities of Essential Oils from Peels of Four Citrus Species Growing in Indonesia. *Journal of Essential Oil Bearing Plants*, 25(4), 741-757. <https://doi.org/10.1080/0972060x.2022.2119890>
- Ariani, S. R. D., Rahmawati, L., Prasetyawati, A. N. (2023). Inovasi Produk Sabun Mandi Transparan Beradisi Minyak Atsiri Aneka Bunga Lokal. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ariani, S. R. D., Susilowati, E., Hadja, P. R., & Prakoso, S. D. B. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Produksi Minyak Atsiri Rimpang Lempuyang Wangi dan Strategi Pemasaran Produk Herbal Secara Online Melalui Market Place Shopee pada UKM Suti Sehati di Kec. Nguter Sukoharjo. *Seminar Nasional Kimia dan Pendidikan Kimia*, 3, 1-10.
- Asih, E. M., (2024). Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 2(1), 73-79. DOI: <https://doi.org/10.70052/jeba.v2i1.299>
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM di Marelان. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 2(2), 247-254. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i3.446>
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan Labeling Kemasan Produk UMKM Mitra Binaan Posyantek Al-Ikhlas. *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, 5(2), 624-632. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4105>
- Marris. (2023). Survey Shopee. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5329028/hasil-survei-menunjukkan-shopee-masih-jadi-nomor-1-sebagai-platform-belanja-online-terfavorit>.
- Maturbongs, T., Tanihatu, M. M., & Saleky, S. R. J. (2024). Desain Kemasan Dan Label Produk Enbal Pada UMKM Nen Te Idar Desa Ngilngof, Maluku Tenggara. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 168-178. DOI: <https://doi.org/10.31959/jat.v3i1>
- Paucar, A. M. O. (2024). Turmeric Essential Oil Constituents as Potential Drug Candidates: A Comprehensive Overview of Their Individual Bioactivities. *Molecules*, 29(17), 4210; <https://doi.org/10.3390/molecules29174210>
- Suryani, A., & Pratama, R. (2021). Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Tahu. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 6(2), 110-120.

- Yadav, S. K. (2024). The influence of packaging on consumer perception. *Indian Scientific Journal of Research in Engineering and Management*, 8(4), 01-05.
<https://doi.org/10.55041/ijsrem32315>
- Rimbawan, A., Wijaya, K. A. P., Sumadewa, N. Y., & Suryani, N. N. D. (2024). Re-branding Identitas Visual dalam Desain Kemasan Amenities Hospitality untuk Memperkuat Citra Merek. *Jurnal Sasak : Desain Visual dan Komunikasi*, 6(1), 244-257. DOI:[10.30812/sasak.v6i1.4005](https://doi.org/10.30812/sasak.v6i1.4005)
- Sudjarwo, S., Bobsaid, J., Windianto, F. R., Rizkyah, C., Shaffiqah, N., Putra, A. S., Jaelani, M. I., Zulfah, Y., Nareswari, A. B., Fridayanti, S. I., Devitri, N. A., Yakub, N., Putri, Y. B. P., & Widyowati, R. (2023). Improving the Bioavailability of Curcumin Contained in *Curcuma heyneana* by Preparing Solid Dispersion. *Berkala Ilmiah Kimia Farmasi*, 10(1), 22-25.
<https://doi.org/10.20473/bikfar.v10i1.44546>