

PELATIHAN PEMBUATAN LILIN AROMATERAPI DARI BATOK KELAPA SEBAGAI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN DENGAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA ROMADHON

Yudistira Bagus Pratama¹, Riski Andriani², Ega Noviani³, Marwani⁴, Wiwit Febriyanti⁵, Farhan Aflah Pratama⁶, Elda⁷, Shinta Pramudya Wardani⁸, Micha Arnola⁹, Sofwan Arif Agil¹⁰, Fani Februari¹¹, Bayu Saputra¹²

¹Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Teknik Dan Sains, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung
^{2,3,4,5,6,7,8}Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung

^{9,10}Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung

^{11,12}Program Studi Pendidikan Jasmani,Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung
e-mail: yudistira.bagus@unmuhbabel.ac.id

Abstrak

Pemanfaatan limbah organik menjadi produk bernilai ekonomi merupakan salah satu strategi dalam mendukung keberlanjutan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pelatihan kewirausahaan berbasis lingkungan dalam meningkatkan keterampilan dan minat masyarakat dalam memproduksi serta memasarkan lilin aromaterapi dari batok kelapa secara digital. Metode yang digunakan adalah penelitian tindakan (action research) dengan pendekatan eksperimen terapan, yang melibatkan 10 peserta dari kalangan ibu PKK dan karang taruna di Desa Romadhon, Kecamatan Sungaiselan, Kabupaten Bangka Tengah. Pelatihan berlangsung selama satu jam dan mencakup teori serta praktik pembuatan lilin aromaterapi dengan bahan utama batok kelapa sebagai wadahnya, serta strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pemanfaatan limbah dan strategi pemasaran digital setelah mengikuti pelatihan, sebagaimana dibuktikan dengan hasil pre-test dan post-test. Selain itu, produk lilin aromaterapi dari batok kelapa memiliki potensi ekonomi yang menjanjikan karena nilai jual yang lebih tinggi serta daya tarik estetika dan fungsionalitasnya. Dengan penerapan digital marketing, produk ini dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing UMKM lokal. Kesimpulannya, usaha lilin aromaterapi berbasis batok kelapa dengan integrasi digital marketing dapat menjadi solusi inovatif dalam mendukung ekonomi berkelanjutan, pengelolaan limbah organik, dan pemberdayaan masyarakat di tingkat lokal.

Kata Kunci: Digital Marketing, Umkm, Lilin Aromaterapi, Batok Kelapa, Daur Ulang

Abstract

Utilization of organic waste into products with economic value is one strategy in supporting environmental sustainability and community empowerment. This study aims to analyze the effectiveness of environmental-based entrepreneurship training in improving community skills and interest in producing and marketing aromatherapy candles from coconut shells digitally. The method used is action research with an applied experimental approach, involving 10 participants from PKK mothers and youth organizations in Romadhon Village, Sungaiselan District, Central Bangka Regency. The training lasted for one hour and included the theory and practice of making aromatherapy candles with coconut shells as the main ingredient, as well as digital marketing strategies through social media and e-commerce platforms. The results of the study showed that there was an increase in community understanding of waste utilization and digital marketing strategies after participating in the training, as evidenced by the results of the pre-test and post-test. In addition, aromatherapy candle products from coconut shells have promising economic potential due to their higher selling value and aesthetic appeal and functionality. With the application of digital marketing, this product can reach a wider market and increase the competitiveness of local MSMEs. In conclusion, the coconut shell-based aromatherapy candle business with digital marketing integration

can be an innovative solution in supporting a sustainable economy, organic waste management, and community empowerment at the local level.

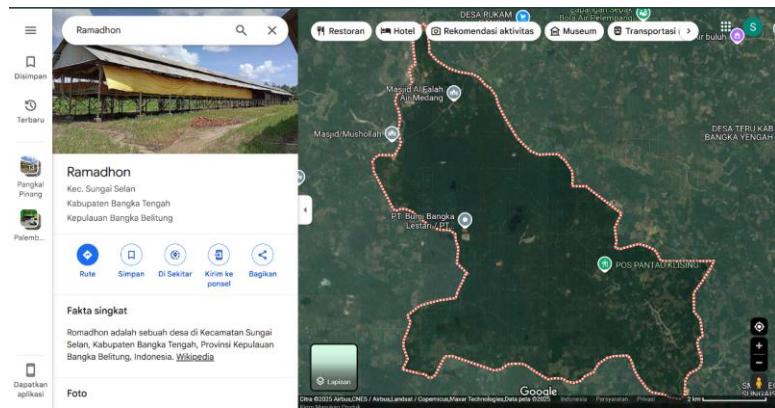
Keywords: Digital Marketing, UMKM, Aromatherapy Candles, Coconut Shells, Recycling.

PENDAHULUAN

Perkembangan kesadaran masyarakat terhadap pelestarian lingkungan telah mendorong munculnya berbagai inovasi dalam pemanfaatan limbah menjadi produk bernilai ekonomi. Salah satu limbah yang melimpah di Desa Romadhon, Kecamatan Sungaiselan, Kabupaten Bangka Tengah, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung adalah batok kelapa, yang seringkali hanya dimanfaatkan sebagai bahan bakar atau dianggap sebagai sampah. Padahal, batok kelapa memiliki potensi untuk diolah menjadi berbagai produk bernilai jual tinggi, salah satunya adalah lilin aromaterapi. Lilin aromaterapi telah menjadi produk yang populer di kalangan masyarakat modern karena manfaatnya untuk relaksasi, pengharum ruangan, dan terapi kesehatan. Peningkatan permintaan pasar terhadap produk ramah lingkungan juga menjadikan lilin aromaterapi berbahan dasar alami seperti batok kelapa memiliki prospek ekonomi yang menjanjikan. Hal ini sejalan dengan penelitian Wijaya et al. (2023) yang menyatakan bahwa produk berbasis limbah alami memiliki nilai jual 30% lebih tinggi dibandingkan produk konvensional di pasar global. Tentunya, strategi-strategi tertentu harus dipikirkan oleh pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan nilai jual produk (Walton et al., 2024). Pelatihan kewirausahaan berbasis lingkungan menjadi penting untuk mendorong masyarakat mengembangkan usaha yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Menurut Santoso (2022), program pelatihan kewirausahaan yang melibatkan pemanfaatan limbah sebagai bahan baku produk dapat meningkatkan pendapatan masyarakat hingga 40% sekaligus mengurangi volume limbah di lingkungan. Selain itu, Rahmawati dan Putra (2021) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa pengolahan batok kelapa menjadi produk bernilai ekonomi dapat menjadi solusi alternatif pengurangan limbah organik di daerah penghasil kelapa. Namun, di era digital saat ini, keberlanjutan usaha tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada strategi pemasaran yang efektif. Digital marketing menjadi salah satu pendekatan yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka. Menurut Chaffey dan Smith (2022), digital marketing mencakup berbagai teknik pemasaran berbasis teknologi, seperti media sosial, e-commerce, SEO (Search Engine Optimization), dan periklanan digital, yang dapat membantu usaha kecil dan menengah menjangkau konsumen dengan lebih efisien. Studi dari Kotler et al. (2023) juga menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan digital marketing mengalami peningkatan penjualan hingga 50% dibandingkan dengan yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional. Dengan adanya digital marketing, produk lilin aromaterapi dari batok kelapa memiliki peluang untuk lebih dikenal oleh pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Strategi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat membantu UMKM membangun brand awareness dan meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, pemanfaatan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia memungkinkan produk ini lebih mudah diakses oleh konsumen. Oleh karena itu, integrasi digital marketing dalam kewirausahaan berbasis lingkungan menjadi aspek penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Studi ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pelatihan kewirausahaan berbasis lingkungan dalam meningkatkan keterampilan dan minat wirausaha masyarakat melalui pembuatan lilin aromaterapi dari batok kelapa. Selain itu, pengabdian ini juga mengkaji potensi ekonomi, dampak lingkungan, serta peran digital marketing dalam pengembangan usaha lilin aromaterapi berbahan dasar batok kelapa sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan.

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode penelitian tindakan (action research) dengan pendekatan eksperimen terapan, yang bertujuan untuk memberikan pelatihan kewirausahaan berbasis lingkungan serta digital marketing dalam pembuatan lilin aromaterapi dari batok kelapa. Pengabdian ini dilakukan di Desa Romadhon, dan bertempat di Gedung Kesenian Desa Romadhon dengan peserta yang terdiri dari 10 orang orang dari Ibu PKK Desa Romadhon dan Masyarakat,karang taruna .



Gambar. 1 Lokasi Pengabdian

Berikut adalah tahapan metode yang diterapkan:

a. Persiapan dan Koordinasi

- Melakukan survei awal untuk mengetahui potensi dan kendala yang dihadapi masyarakat dalam pengelolaan limbah batok kelapa serta pemasaran produk.
- Menyusun materi pelatihan yang mencakup teknik pembuatan lilin aromaterapi serta strategi digital marketing untuk pemasaran produk.
- Mempersiapkan bahan dan alat yang diperlukan, seperti batok kelapa, lilin lebah, minyak esensial, serta perangkat digital untuk sesi pemasaran online.

b. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dibagi menjadi dua sesi utama:

1. Sesi Pembuatan Lilin Aromaterapi

- Pengenalan manfaat dan peluang bisnis lilin aromaterapi berbasis limbah batok kelapa.
- Demonstrasi teknik pengolahan batok kelapa sebagai wadah lilin, pencampuran bahan lilin, pewarnaan, dan pemberian aroma.
- Praktik langsung oleh peserta dengan pendampingan dari tim pengabdian.

2. Sesi Digital Marketing untuk UMKM

- Pengenalan konsep digital marketing dan strategi pemasaran berbasis media sosial.
- Praktik pembuatan konten pemasaran menggunakan Instagram, Facebook, dan TikTok.
- Penggunaan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

c. Evaluasi dan Pendampingan Lanjutan

- Melakukan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta.
- Memberikan pendampingan dalam pengelolaan akun media sosial dan marketplace untuk memastikan keberlanjutan usaha peserta.
- Melakukan evaluasi kepuasan peserta serta dampak pelatihan terhadap peningkatan keterampilan dan minat berwirausaha.

Dengan metode ini, diharapkan masyarakat tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis dalam produksi lilin aromaterapi, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

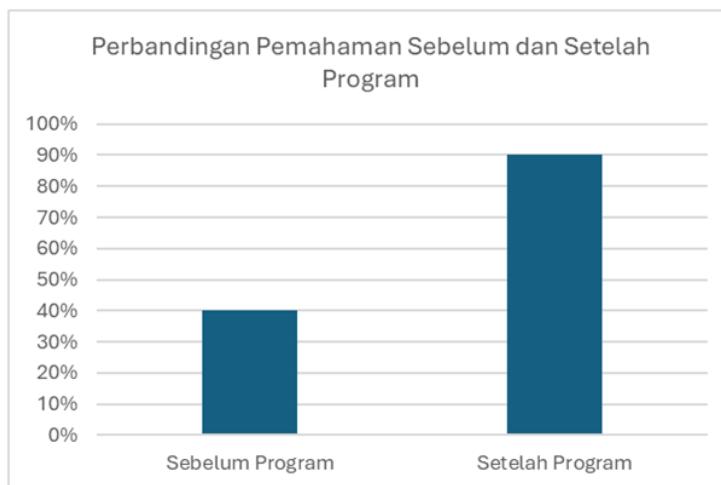
Pengabdian pemanfaatan minyak jelantah sebagai lilin aromaterapi telah dilakukan di Desa Romadhon, Kecamatan Sungai Selan, Kabupaten Bangka Tengah. Kegiatan ini terdiri dari dua tahap utama, yaitu pemaparan materi tentang minyak jelantah sebagai bahan dasar lilin aromaterapi dan praktik pembuatan lilin aromaterapi dari minyak jelantah. Pada tahap pemaparan, tim pengabdian menjelaskan konsep minyak jelantah, bahayanya bagi kesehatan dan lingkungan, serta potensi pemanfaatannya menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi. Salah satu tantangan dalam pemanfaatan minyak jelantah adalah kandungan senyawa karsinogeniknya, sehingga diperlukan proses pemurnian sebelum digunakan sebagai bahan baku. Metode adsorpsi dengan karbon aktif digunakan dalam proses pemurnian ini karena terbukti efektif dan ekonomis. Dalam tahap praktik, peserta

diajarkan secara langsung proses pembuatan lilin aromaterapi, mulai dari pemurnian minyak jelantah, pencampuran dengan parafin, pewarnaan, penambahan parfum, hingga pencetakan dan pengemasan. Sebelum dan setelah pelatihan dilaksanakan, angket diberikan kepada peserta untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka tentang pelatihan dan sosialisasi. Dalam kegiatan ini, angket pre-test dan post-test dibagikan sebelum dan sesudah kegiatan



Gambar. 2 Sesi Pelatihan

Dari hasil evaluasi, terjadi peningkatan pemahaman masyarakat mengenai manfaat minyak jelantah dan teknik pembuatannya. Hasil pre-test menunjukkan bahwa hanya 40% peserta yang memiliki pengetahuan tentang pemanfaatan limbah ini, sementara setelah pelatihan, sebanyak 90% peserta mengalami peningkatan pemahaman yang signifikan, sebagaimana terlihat dari hasil post-test. Selain peningkatan pemahaman teknis, pelatihan ini juga membekali peserta dengan keterampilan pemasaran digital (digital marketing). Strategi pemasaran digital yang diajarkan meliputi: Pembuatan dan Optimalisasi Akun Media Sosial Peserta dilatih untuk membuat akun bisnis di Instagram, Facebook, dan TikTok guna mempromosikan lilin aromaterapi mereka. Konten yang dibuat mencakup foto produk berkualitas tinggi, video proses pembuatan, serta testimoni pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Pemanfaatan Marketplace dan E-commerce Untuk memperluas jangkauan pasar, peserta diajarkan cara mendaftarkan produk mereka di platform Shopee dan Tokopedia. Selain itu, mereka juga diperkenalkan dengan fitur promosi seperti gratis ongkir dan flash sale untuk meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar online. Strategi Copywriting dan Branding Tim pengabdian memberikan pelatihan dasar copywriting, yaitu teknik penulisan deskripsi produk yang menarik dan persuasif. Contohnya, penggunaan kata-kata seperti "Lilin Aromaterapi Ramah Lingkungan – Wangi Menenangkan, Rumah Lebih Nyaman!" diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan calon pembeli.



Gambar. 3 Hasil Survey

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian pelatihan pembuatan lilin aromaterapi dari batok kelapa dengan pemanfaatan digital marketing telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta, terutama ibu-ibu PKK dan karang taruna di Desa Romadhon. Pelatihan ini memberikan wawasan tentang pemanfaatan limbah organik sebagai produk bernilai ekonomi, sekaligus memperkenalkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap proses produksi, nilai ekonomis, dan pemasaran digital. Penerapan digital marketing melalui media sosial dan marketplace menjadi peluang besar dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta membangun brand produk yang lebih dikenal. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan masyarakat dapat mengembangkan usaha mandiri yang berkelanjutan, mendukung ekonomi lokal, serta berkontribusi pada pengelolaan lingkungan yang lebih baik.

SARAN

Untuk meningkatkan dampak dan keberlanjutan kegiatan pengabdian, beberapa aspek perlu diperhatikan. Pertama, peningkatan keterampilan peserta dapat dilakukan melalui pelatihan lanjutan yang mencakup diversifikasi bahan baku seperti soy wax atau beeswax, serta inovasi bentuk, aroma, dan kemasan agar lebih menarik bagi pasar. Kedua, optimalisasi digital marketing menjadi langkah penting dalam memperluas jangkauan pemasaran. Peserta perlu dibekali dengan keterampilan fotografi produk, copywriting, dan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Penggunaan teknik promosi seperti iklan berbayar, influencer marketing, serta kolaborasi dengan komunitas juga dapat meningkatkan brand awareness dan daya saing produk. Selain itu, penguatan branding dan legalitas usaha sangat diperlukan agar UMKM dapat berkembang lebih profesional. Pendampingan dalam pembuatan logo, desain kemasan, serta storytelling produk akan membantu meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk di pasar. Di sisi legalitas, peserta didorong untuk mengurus izin usaha, sertifikasi halal, serta hak merek dagang guna meningkatkan kepercayaan konsumen. Lebih lanjut, pengembangan pasar perlu didukung melalui kolaborasi dengan berbagai pihak seperti hotel, spa, dan toko produk alami untuk memperluas jaringan pemasaran. Agar program ini berkelanjutan, diperlukan monitoring dan evaluasi rutin untuk menilai efektivitas kegiatan serta memberikan pendampingan yang lebih intensif kepada UMKM yang telah memulai usahanya. Dengan implementasi strategi ini, diharapkan usaha lilin aromaterapi dari batok kelapa dapat berkembang secara kompetitif, berdaya saing tinggi, dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Smith, P. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Rahmawati, F., & Putra, A. (2021). "Pengolahan Batok Kelapa sebagai Produk Bernilai Ekonomi dalam Mengurangi Limbah Organik di Daerah Penghasil Kelapa." *Jurnal Inovasi dan Pengembangan Berkelanjutan*, 8(2), 45-57.
- Santoso, B. (2022). "Dampak Program Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Limbah terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat." *Jurnal Ekonomi Hijau*, 10(1), 120-135.
- Walton, E. P., Haiyudi, H., Purnamasari, R., Pratama, Y. B., Nurjanah, N., Yurdayanti, Y., Vebrian, R., & Nabela, S. J. (2024). *PELATIHAN PACKAGING DAN PEMBUATAN LOGO BAGI PELAKU UMKM UNTUK MENINGKATKAN NILAI EKONOMIS PRODUK*. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 8(3), 3020–3030. <https://doi.org/10.31764/JMM.V8I3.23313>
- Wijaya, A., Pramono, D., & Sulistyorini, L. (2023). Potensi Pasar Produk Ramah Lingkungan di Era Ekonomi Hijau. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Berkelanjutan*, 15(2), 78-92.