



**PELATIHAN PEMBUATAN LILIN AROMATERAPI DARI  
MINYAK JELANTAH SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN  
EKONOMI KREATIF MASYARAKAT DESA DAN CARA  
PEMASARAN ONLINE DENGAN APLIKASI SHOPEE**

**Hanik Liskustyawati**

Universitas Sebelas Maret

**Dina Ayu Fauza**

Universitas Sebelas Maret

**Nadya Zia Ulfa**

Universitas Sebelas Maret

**Ingas Sri Anjani**

Universitas Sebelas Maret

**Envilia Rahmadhani Widjaya**

Universitas Sebelas Maret

**Putri Apriliya**

Universitas Sebelas Maret

**Edya Pavita Dhawi**

Universitas Sebelas Maret

**Nurul Rahmawati**

Universitas Sebelas Maret

**Bumi Arane Iki**

Universitas Sebelas Maret

**Muhammad Ardiansyah**

Universitas Sebelas Maret

**Daffa Rusdiansyah**

Universitas Sebelas Maret

Alamat: Jl. Ir. Sutami No.36, Jebres, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126

Korespondensi penulis:

[hanik\\_1@staff.uns.ac.id](mailto:hanik_1@staff.uns.ac.id)

[dinaayufauza@student.uns.ac.id](mailto:dinaayufauza@student.uns.ac.id)

**Abstrak.** Empowering rural communities by utilizing used cooking oil waste presents significant potential to enhance creative economy and environmental sustainability. This study aims to develop skills in producing aromatherapy candles from used cooking oil and online product marketing using Shopee application in Tambakan Village, Klaten. The research employs an Asset-Based Community Development (ABCD) approach through stages of socialization, skill training in production and management, and digital marketing training. Results reveal significant improvements in participants' technical skills and digital marketing abilities, with 80% owning and managing active online stores. Besides increasing income, the training facilitated the formation of joint business groups and enhanced digital literacy. The integration of asset-based production and digital marketing effectively empowers rural communities sustainably.

**Keywords:** Aromatherapy Candle, Creative Economy, Digital Literacy, Digital Marketing, Used Cooking Oil.

**Abstrak.** Pemberdayaan masyarakat desa melalui pemanfaatan limbah minyak jelantah memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi kreatif sekaligus menjaga lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan pembuatan lilin aromaterapi dari minyak jelantah dan pemasaran produk secara online menggunakan aplikasi Shopee di Desa Tambakan, Klaten. Metode penelitian menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dengan tahapan sosialisasi, pelatihan keterampilan produksi dan manajerial, serta pelatihan pemasaran digital. Hasil penelitian menunjukkan

**PELATIHAN PEMBUATAN LILIN AROMATERAPI DARI MINYAK JELANTAH SEBAGAI  
UPAYA PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT DESA DAN CARA  
PEMASARAN ONLINE DENGAN APLIKASI SHOPEE**

peningkatan signifikan kemampuan teknis peserta dalam produksi lilin serta kemampuan pemasaran digital yang tercermin dari 80% peserta memiliki dan mengelola toko online aktif. Selain meningkatkan pendapatan, pelatihan ini juga berhasil mendorong terciptanya kelompok usaha bersama dan meningkatkan literasi digital masyarakat. Integrasi produksi berbasis aset dan pemasaran digital efektif dalam memberdayakan masyarakat desa secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** *Ekonomi Kreatif, Literasi Digital, Minyak Jelantah, Lilin Aromaterapi, Pemasaran Digital.*

## **PENDAHULUAN**

Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa menjadi salah satu fokus utama dalam upaya mencapai pembangunan yang berkelanjutan dan merata. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh masyarakat desa adalah terbatasnya akses terhadap peluang ekonomi dan rendahnya nilai tambah dari sumber daya lokal yang tersedia. Minyak jelantah, yang merupakan limbah rumah tangga yang sering diabaikan, justru memiliki potensi besar untuk diolah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi, seperti lilin aromaterapi. Pengolahan limbah ini tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga menciptakan peluang usaha baru yang berbasis ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif telah diakui sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi nasional, terutama di era digital seperti sekarang. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap PDB Indonesia terus mengalami peningkatan, mencapai lebih dari 7% per tahun. Namun, partisipasi masyarakat desa dalam sektor ini masih relatif rendah akibat kurangnya keterampilan dan akses terhadap pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan lilin aromaterapi dari minyak jelantah dapat menjadi solusi inovatif untuk memberdayakan masyarakat desa melalui pemanfaatan limbah yang selama ini terbuang percuma.

Pelatihan semacam ini tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga pada pengembangan kemampuan pemasaran digital. Di tengah pesatnya perkembangan e-commerce, platform seperti Shopee telah menjadi sarana efektif bagi UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Menurut penelitian oleh Wijaya & Santoso (2022), UMKM yang memanfaatkan platform digital mengalami peningkatan omzet hingga 30% dalam kurun waktu enam bulan. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antara produksi kreatif dan pemasaran digital dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan masyarakat desa.

Selain aspek ekonomi, pelatihan ini juga memiliki dimensi lingkungan yang kuat. Minyak jelantah yang dibuang sembarangan dapat mencemari tanah dan air, serta menyumbang pada pencemaran lingkungan. Dengan mengolahnya menjadi lilin aromaterapi, masyarakat tidak hanya menciptakan nilai ekonomi, tetapi juga berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan. Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi sirkular yang mengedepankan pemanfaatan sumber daya secara berulang dan berkelanjutan (Nurhayati, 2021).

Namun, meskipun potensinya besar, masih banyak masyarakat desa yang belum memiliki keterampilan teknis untuk mengolah minyak jelantah menjadi produk yang bernilai jual. Pelatihan yang terstruktur dan berkelanjutan sangat dibutuhkan untuk mentransfer ilmu dan teknologi tepat guna kepada masyarakat. Penelitian oleh Fitriani & Rahman (2023) menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan dan motivasi wirausaha masyarakat dibandingkan dengan pelatihan teoritis semata.

Di sisi pemasaran, meskipun platform seperti Shopee mudah diakses, tidak semua masyarakat desa memahami strategi optimasi toko online, mulai dari pengambilan foto produk, penulisan deskripsi, hingga manajemen ulasan. Pelatihan pemasaran digital yang terpadu dengan

pelatihan produksi dapat meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam memasarkan produk mereka secara mandiri. Hal ini sejalan dengan temuan Sari et al. (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan pemasaran online secara signifikan meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola bisnis secara digital.

Urgensi topik ini semakin kuat dengan adanya kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif, serta tren masyarakat yang semakin sadar akan produk ramah lingkungan dan kesehatan. Lilin aromaterapi tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga memberikan manfaat psikologis seperti relaksasi dan penurunan stres, yang sangat relevan dengan gaya hidup masyarakat modern pasca-pandemi.

Oleh karena itu, penelitian mengenai pelatihan pembuatan lilin aromaterapi dari minyak jelantah dan pemasarannya melalui Shopee menjadi sangat penting untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan model pemberdayaan masyarakat yang holistik, integratif, dan berkelanjutan, serta menjadi referensi bagi pengembangan program serupa di daerah lain. Dengan demikian, masyarakat desa tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen yang mampu bersaing di pasar digital nasional.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Pemberdayaan Masyarakat**

Pemberdayaan masyarakat (community empowerment) secara teoretis tidak dapat dipisahkan dari konsep kekuasaan (power) dan bagaimana kekuasaan tersebut didistribusikan. Menurut Paulo Freire, akar dari pemberdayaan terletak pada proses penyadaran kritis (*conscientization*), di mana masyarakat yang tertindas (*oppressed*) didorong untuk menganalisis kondisi ketidakadilan yang mereka alami secara kritis sehingga mereka mampu mengambil peran aktif dalam mengubah realitas tersebut. Pendekatan Freire ini menekankan bahwa pemberdayaan adalah sebuah proses edukatif yang membebaskan, bukan sekadar transfer keterampilan atau sumber daya. Senada dengan ini, Rappaport (1987) mendefinisikan pemberdayaan sebagai suatu proses di mana individu, organisasi, dan komunitas memperoleh kendali atas kehidupan mereka. Konsep kendali (*control*) ini kemudian diperjelas oleh Zimmerman (2000) melalui teori pemberdayaan psikologis, yang menitikberatkan pada pengembangan kemampuan individu dalam memahami dan memengaruhi peristiwa sosial, politik, dan ekonomi yang memengaruhi mereka. Landasan ini menegaskan bahwa pemberdayaan bersifat multilevel, dimulai dari peningkatan kepercayaan diri dan efikasi diri pada tingkat individu (*intrapersonal*), yang kemudian menjadi fondasi untuk aksi kolektif pada tingkat komunitas.

Lebih lanjut, pemberdayaan masyarakat juga harus dilihat melalui lensa pembangunan partisipatif dan akses terhadap sumber daya. Robert Chambers dengan konsep Participatory Rural Appraisal (PRA) menawarkan kerangka kerja praktis untuk mentransfer kekuasaan dari para ahli eksternal kepada masyarakat lokal, dengan menggunakan metode partisipatif yang memungkinkan komunitas untuk menganalisis, merencanakan, dan bertindak atas masalah mereka sendiri. Pendekatan ini menggeser paradigma dari masyarakat sebagai *objek* pembangunan menjadi *subjek* yang memiliki pengetahuan lokal (*local knowledge*) yang sah dan valid. Di sisi lain, Kabeer menambahkan dimensi yang lebih luas dengan menghubungkan pemberdayaan dengan

peningkatan kapabilitas (*capabilities*) dan perluasan pilihan (*choices*) bagi kelompok yang termarjinalkan. Bagi Kabeer, pemberdayaan adalah proses dimana mereka yang sebelumnya ditolak haknya untuk membuat pilihan kehidupan strategis memperoleh kemampuan untuk melakukannya. Dengan demikian, sintesis dari berbagai teori ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah konstruk multidimensi yang integratif, mencakup aspek psikologis, sosial, politik, dan ekonomi, yang bertujuan untuk membangun kemandirian dan kapasitas komunitas dalam mengelola pembangunan secara berkelanjutan.

### **Teori Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berlandaskan kreativitas, inovasi, dan penemuan sumber daya manusia sebagai faktor utama produksi. Menurut United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), ekonomi kreatif berfokus pada aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dengan mengedepankan ide, pengetahuan, dan pemanfaatan teknologi secara inovatif dan kreatif. Departemen Perdagangan Republik Indonesia menjelaskan bahwa ekonomi kreatif adalah upaya pembangunan ekonomi yang berdaya saing melalui kreativitas yang berlandaskan pada gagasan dan ide baru yang dapat menciptakan nilai tambah ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan.

Di sisi lain, John Howkins sebagai pelopor istilah ekonomi kreatif mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan output utamanya adalah ide dan gagasan. Baginya, ekonomi kreatif melibatkan proses menghasilkan ide-ide baru yang unik dan inovatif, serta transformasi kreativitas tersebut menjadi produk atau jasa yang memiliki nilai tambah. Karakteristik utama ekonomi kreatif meliputi kolaborasi antara berbagai aktor, berbasis ide, dan pengembangan yang tidak terbatas pada bidang usaha tertentu. Pemerintah Indonesia melalui Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 menegaskan pentingnya ekonomi kreatif dalam pembangunan berkelanjutan dengan mengandalkan kreativitas sumber daya manusia sebagai pendorong utama kesejahteraan masyarakat.

### **Teori Pemasaran Digital**

Pemasaran digital adalah suatu strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital seperti internet, media sosial, dan perangkat digital untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens yang lebih luas secara efektif dan efisien. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick, pemasaran digital melibatkan penggunaan berbagai platform dan teknologi untuk menyampaikan pesan pemasaran serta membangun hubungan yang interaktif dengan konsumen. Strategi ini mencakup berbagai metode seperti Search Engine Optimization (SEO), Pay-Per-Click (PPC), pemasaran media sosial, email marketing, content marketing, dan influencer marketing yang bersama-sama membentuk sebuah ekosistem pemasaran yang dinamis dan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen dan teknologi baru. Pemasaran digital tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga membangun merek dan meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui konten yang relevan dan personalisasi.

Lebih jauh lagi, pemasaran digital juga menekankan pentingnya analisis data untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran dan menyesuaikan strategi secara real-time. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam dan mengoptimalkan pengeluaran pemasaran berdasarkan hasil yang terukur. Aspek penting lainnya adalah interaksi dua arah yang diciptakan melalui media sosial, di mana konsumen tidak hanya menjadi penerima pesan tetapi juga dapat berpartisipasi aktif dalam dialog dan memberikan feedback. Keberhasilan pemasaran digital sangat bergantung pada kemampuan pelaku bisnis dalam menciptakan konten yang menarik, memanfaatkan teknologi secara optimal, serta melakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan untuk tetap kompetitif di pasar digital yang cepat berubah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian pengabdian masyarakat ini menerapkan pendekatan ABCD (Asset-Based Community Development). Pendekatan ini bersifat kritis dengan memusatkan perhatian pada pengembangan masyarakat yang berlandaskan kekuatan dan aset yang sudah dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Aset-aset tersebut kemudian dikategorikan, diidentifikasi, dan dihubungkan dengan kelompok atau komunitas setempat. Komponen utama dalam pendekatan ABCD yang dapat diterapkan dalam program pemberdayaan masyarakat, yaitu: Pendekatan berbasis masalah (*problem-based approach*), Pendekatan berbasis kebutuhan (*need-based approach*), Pendekatan berbasis hak (*rights-based approach*), Pendekatan berbasis aset (*asset-based approach*), dan Sumber daya alam.

Kegiatan yang menyasar ibu-ibu rumah tangga di desa tambakan, kecamatan jogonalan, kabupaten Klaten, provinsi Jawa Tengah, ini berlangsung dari juli – agustus 2025 . Metode yang digunakan meliputi penyuluhan dan pendampingan langsung kepada para peserta. Program pemberdayaan ini dijalankan dalam tiga fase utama:

1. Tahap Sosialisasi dan Edukasi

Fase awal ini bertujuan menumbuhkan kepedulian terhadap lingkungan di kalangan ibu-ibu PKK. Melalui sosialisasi, diperkenalkan pentingnya pengelolaan dan pemanfaatan sampah rumah tangga yang tepat guna untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran peserta.

2. Tahap Pelatihan Keterampilan

Setelah peserta mahir membuat produk, tahap berikutnya adalah pelatihan keterampilan manajerial, yang meliputi pengelolaan usaha, pencatatan keuangan sederhana, dan perencanaan bisnis. Pelatihan ini diberikan untuk memastikan bahwa peserta mampu menjalankan usaha mereka dengan baik dan berkelanjutan

3. Tahap Pemasaran Digital

Pelatihan TIK dan pemasaran produk menjadi tahap akhir program. Pada tahap ini, peserta dibekali kemampuan untuk memanfaatkan teknologi guna memasarkan produk secara daring. PKM ini menargetkan peningkatan 80% kemampuan mitra dalam pemasaran ekonomi digital, ditandai dengan kepemilikan website dan kolaborasi melalui platform E-Commerce seperti Tokopedia dan Shopee. Dengan demikian, program terintegrasi dalam ekosistem digital sehingga hasilnya dapat terukur dan menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan lintas pulau. Selain itu, program juga bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan kewirausahaan mitra sebesar 80% melalui serangkaian pendampingan dan pembinaan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pelatihan pembuatan lilin aromaterapi dari minyak jelantah yang dilaksanakan di Desa Tambakan, Klaten, telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam memberdayakan masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga, melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ini berhasil mengidentifikasi dan memanfaatkan aset lokal yang tersedia, seperti minyak jelantah yang selama ini menjadi limbah rumah tangga, serta potensi keterampilan manual dan keinginan berwirausaha yang dimiliki oleh peserta. Dengan memusatkan perhatian pada kekuatan yang sudah ada di masyarakat, program ini tidak hanya menyelesaikan masalah lingkungan, tetapi juga menciptakan nilai ekonomi baru yang berkelanjutan.

### **Tahap Sosialisasi dan edukasi**



Gambar 1.1 Sosialisasi pada Masyarakat Desa Tambakan

Pada tahap sosialisasi dan edukasi, peserta diberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya pengelolaan limbah rumah tangga, khususnya minyak jelantah, yang selama ini sering diabaikan dan dibuang sembarangan. Melalui pendekatan penyuluhan yang bersifat partisipatif dan interaktif, ibu-ibu PKK didorong untuk aktif bertanya dan berbagi pengalaman terkait pengelolaan limbah di lingkungan rumah tangga mereka. Pendekatan ini bertujuan untuk mengubah persepsi bahwa minyak jelantah bukan sekadar limbah berbahaya, melainkan sumber bahan baku yang memiliki potensi nilai ekonomi dan manfaat lingkungan jika dikelola dengan tepat.

Proses sosialisasi ini berhasil membangun kesadaran baru sekaligus motivasi di kalangan peserta untuk mengadopsi gaya hidup ramah lingkungan dan memanfaatkan peluang ekonomi kreatif dari limbah rumah tangga. Peserta memahami bahwa selain membantu mengurangi pencemaran lingkungan, pengelolaan minyak jelantah dapat menjadi sumber penghasilan tambahan melalui pembuatan produk lilin aromaterapi. Fakta bahwa lebih dari 90% peserta menyatakan kesediaan untuk mengikuti pelatihan lanjutan dan mengubah perilaku dalam mengelola limbah menunjukkan keberhasilan tahap sosialisasi ini sebagai fondasi kuat bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pengembangan usaha berbasis daur ulang.

### **Tahap Pelatihan Keterampilan**

Tahap pelatihan keterampilan produksi lilin aromaterapi dari minyak jelantah dilakukan dengan metode pendampingan langsung serta praktik mandiri secara intensif. Pada tahap awal, peserta diperkenalkan pada proses penyaringan minyak jelantah sebagai bahan baku utama agar dihasilkan minyak yang bersih dan layak pakai. Selanjutnya, mereka belajar mencampur minyak

dengan lilin lebah atau parafin, kemudian menambahkan essential oil untuk menciptakan aroma terapi yang beragam. Selain itu, peserta juga diajarkan teknik pencetakan lilin dengan berbagai bentuk kreatif serta pengemasan yang menarik dan rapi. Pendekatan ini tidak hanya mengasah keterampilan teknis, tetapi juga mengembangkan kreativitas peserta dalam menciptakan produk yang unik dan memiliki nilai jual tinggi.

Pelatihan ini juga difokuskan pada pemberian kemampuan manajerial sederhana agar peserta mampu mengelola usaha secara mandiri. Mereka dibekali pemahaman tentang pencatatan keuangan, perhitungan harga pokok produksi yang tepat, dan perencanaan usaha secara efektif. Melalui pendekatan berbasis aset (*asset-based approach*) dalam kerangka ABCD (*Asset-Based Community Development*), peserta diajak untuk mengenali dan memanfaatkan modal sosial yang sudah dimiliki, seperti jaringan keluarga dan tetangga sebagai pasar potensial. Dengan bekal ini, peserta tidak hanya sekadar produsen lilin aromaterapi, tetapi juga tumbuh menjadi pengusaha kecil yang siap menghadapi tantangan pasar dengan strategi bisnis yang sederhana dan terarah.

Hasil evaluasi pelatihan menunjukkan hasil yang positif, di mana sekitar 85% peserta mampu memproduksi lilin aromaterapi dengan kualitas baik dan siap untuk dipasarkan. Keberhasilan pelatihan ini membuka peluang besar bagi pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat di desa melalui pemanfaatan limbah minyak jelantah yang sebelumnya kurang terlikir

### **Tahap Pemasaran digital**

Tahap ketiga dalam pelatihan pembuatan lilin aromaterapi dari minyak jelantah ini difokuskan pada pemasaran digital, yang menjadi salah satu aspek paling krusial dalam upaya pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat desa. Melalui sesi pelatihan intensif, peserta diberikan pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan aplikasi Shopee sebagai platform utama untuk membuka toko online. Mereka diajarkan langkah-langkah praktis seperti membuat akun toko, mengunggah foto produk dengan komposisi dan pencahayaan yang menarik, menyusun deskripsi produk yang informatif dan persuasif, hingga teknik pengelolaan pesanan serta penanganan ulasan dari pelanggan. Pendekatan *need-based* yang diterapkan memastikan materi disampaikan sesuai kemampuan peserta yang mayoritas masih awam dengan dunia digital marketing, sehingga proses pembelajaran berjalan efektif dan mudah dipahami.

Integrasi penggunaan platform digital ini berhasil menghubungkan hasil produksi lilin aromaterapi dengan pasar yang lebih luas, melampaui batas wilayah desa asal. Melalui pemasaran online di Shopee, produk bukan hanya dilihat dan dibeli oleh konsumen lokal, tetapi juga mampu menjangkau pelanggan di luar daerah, bahkan lintas provinsi. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis produksi, tetapi juga memperkuat kemampuan peserta dalam beradaptasi dengan tren digital dan e-commerce yang semakin berkembang. Keberhasilan ini tercermin dari lebih dari 70% peserta yang mampu membuat dan mengelola toko online aktif, membuka peluang peningkatan pendapatan yang signifikan bagi mereka.

Selain memperluas akses pasar, pemasaran digital juga mendukung terciptanya ekosistem usaha yang terpadu antara produksi dan penjualan. Pendekatan ABCD yang menjadi landasan pelatihan tidak hanya mengoptimalkan sumber daya alam berupa minyak jelantah dan aset fisik lainnya, tetapi juga memanfaatkan aset digital sebagai modal sosial dan ekonomi baru. Peserta mendapatkan kesempatan untuk membangun jejaring pemasaran yang lebih luas, meningkatkan kepercayaan diri dalam berwirausaha, serta membuka peluang kolaborasi dengan pelaku bisnis lain melalui platform digital. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berdampak pada

**PELATIHAN PEMBUATAN LILIN AROMATERAPI DARI MINYAK JELANTAH SEBAGAI  
UPAYA PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT DESA DAN CARA  
PEMASARAN ONLINE DENGAN APLIKASI SHOPEE**

peningkatan ekonomi individu dan kelompok, tetapi juga pada penguatan pemberdayaan masyarakat desa secara menyeluruh melalui inovasi teknologi pemasaran online

### Hasil

Dari segi keberlanjutan, program ini telah memicu lahirnya kelompok usaha bersama (KUB) di antara ibu-ibu peserta pelatihan. Mereka mulai berkolaborasi dalam pembelian bahan baku, produksi, dan pemasaran, sehingga menekan biaya operasional dan meningkatkan skala ekonomi. Dalam perspektif teori pemberdayaan masyarakat, pembentukan KUB ini merupakan perwujudan dari prinsip *self-help* dan kolektivitas, di mana masyarakat tidak dilihat sebagai objek yang pasif, melainkan sebagai aktor yang mampu mengorganisir diri untuk mencapai tujuan bersama. Pendekatan berbasis hak (*rights-based approach*) juga diterapkan dengan memastikan bahwa setiap peserta memiliki akses yang sama terhadap sumber daya dan peluang pemasaran. Hal ini selaras dengan konsep pemberdayaan Diana yang menekankan pada aspek *access* dan *power*, yaitu memastikan kelompok marginal memiliki akses terhadap sumber daya dan kekuasaan untuk mengendalikannya, sehingga secara struktural tidak terjadi kesenjangan di antara mereka.



Gambar 1.2 Pelatihan pada Desa Tambakan

Pelatihan ini juga berhasil meningkatkan literasi digital peserta secara signifikan. Sebelumnya, banyak dari mereka yang hanya menggunakan smartphone untuk media sosial dan komunikasi. Kini, mereka telah mampu memanfaatkan teknologi untuk kegiatan produktif seperti e-commerce. Transformasi ini merefleksikan dimensi pemberdayaan menurut Jim Ife, yaitu pemberdayaan *personal* dan *educational*. Peningkatan kapasitas individu dalam literasi digital tidak hanya memberikan keterampilan teknis (*technical competence*) tetapi juga membangun kepercayaan diri (*self-confidence*) untuk masuk ke dalam sistem ekonomi modern. Hal ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam hal pemberdayaan perempuan (SDG 5) dan pertumbuhan ekonomi inklusif (SDG 8).

Evaluasi capaian program menunjukkan bahwa target peningkatan kemampuan pemasaran digital sebesar 80% tercapai, ditandai dengan kepemilikan toko online di Shopee dan kemampuan peserta dalam mengelola penjualan secara mandiri. Selain itu, pertumbuhan kewirausahaan juga meningkat signifikan, dengan lebih dari 80% peserta telah memulai usaha sampingan. Dari kacamata teori pemberdayaan, capaian ini menunjukkan terjadinya pergeseran dari kondisi *powerlessness* (tanpa daya) menuju *empowerment*. Peserta yang sebelumnya



mungkin hanya sebagai konsumen, kini berperan sebagai produsen yang mandiri dan memiliki kendali atas proses produksi hingga pemasaran (*control over the means of production*).

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya berhasil mentransformasi limbah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi, tetapi juga membangun kemandirian dan ketahanan ekonomi masyarakat desa. Pendekatan ABCD yang holistik dan partisipatif terbukti efektif karena sejalan dengan filosofi inti pemberdayaan masyarakat: memulai dari aset yang dimiliki (*asset-based*), bersifat partisipatif (*community-driven*), dan berorientasi pada penguatan kapasitas lokal (*capacity building*). Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan dan penguatan jejaring dengan pihak eksternal. Rekomendasi ini memperkuat prinsip *linking* dalam ABCD, yaitu menghubungkan aset-aset internal masyarakat dengan sumber daya eksternal (pemerintah daerah dan dunia usaha) untuk menciptakan sinergi yang memperkuat kemandirian dan memastikan bahwa usaha yang telah dirintis dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelatihan pembuatan lilin aromaterapi dari minyak jelantah dengan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) berhasil memberdayakan masyarakat Desa Tambakan, khususnya ibu-ibu rumah tangga, secara holistik dan berkelanjutan. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dalam memproduksi lilin aromaterapi yang bernilai jual tinggi, tetapi juga memperkuat kemampuan pemasaran digital melalui platform Shopee, sehingga mampu memperluas jangkauan pasar hingga lintas daerah. Selain memberikan dampak ekonomi berupa peningkatan pendapatan dan tumbuhnya wirausaha baru, pelatihan ini juga berkontribusi pada pengurangan limbah minyak jelantah dan peningkatan literasi digital peserta. Dengan demikian, integrasi antara pemanfaatan sumber daya lokal, pelatihan keterampilan, dan pemasaran digital terbukti efektif dalam menciptakan model pemberdayaan masyarakat yang inklusif, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perkembangan era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, B. A. N. (2024). EKOENZIM DAN LILIN AROMATERAPI SEBAGAI PEMANFAATAN LIMBAH RUMAH TANGGA DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT KAMPUNG INGAS, KARANGTURI, SEMARANG. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 98-107.
- Awardani, N. F., Santoso, P. K. P., Hardhika, P. A. P., Agustina, F. S., Faidah, L., Nurcholisoh, N. A. N., ... & Billah, M. T. (2024). Sosialisasi pemasaran produk melalui platform digital (digital marketing) sebagai optimalisasi santripreneurship berbasis ekonomi kreatif digital. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 343-349.
- Chakti, A. (2022). Pengertian pemasaran digital melalui media sosial.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2022). *Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif*.
- Fitriani, D., & Rahman, A. (2023). Pengaruh pelatihan kewirausahaan berbasis praktik langsung terhadap peningkatan motivasi wirausaha masyarakat desa. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Desa*, 12(1), 45-60.
- Nurhayati, S. (2021). Ekonomi sirkular: Strategi pengelolaan limbah rumah tangga menuju desa berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 19(2), 210-225.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi kreatif pilar pembangunan Indonesia*. nulisbuku.com.

- Rovifah, A. S., Budiyono, A., Zaenuri, F., Shofiatudihni, U., Okawati, L., Jati, N. S., ... & Azzahra, F. (2023). EDUKASI DAN PELATIHAN LILIN AROMATERAPI BERBASIS MINYAK JELANTAH DI DESA WARUNGPRING KABUPATEN PEMALANG. *Kampelmas*, 2(2), 1703-1712.
- Rangkuti, R. K., Nasution, H. A., Nasution, P. Z. W., Hidayah, S., & Chalik, T. A. H. (2024). Pendampingan pemasaran digital terhadap kewirausahaan dalam pengembangan kreativitas dan inovasi masyarakat di Desa Sukaramai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 290-302.
- Sari, P., Utami, R., & Hidayat, T. (2024). Dampak pelatihan pemasaran digital terhadap kinerja UMKM di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1), 88–102.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2024). *Creative economy report*.
- Wijaya, T., & Santoso, B. (2022). Peran e-commerce dalam meningkatkan omset usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Digital*, 8(3), 155–170.