



Pengembangan Produk Aromaterapi AURUME sebagai Alternatif Relaksasi Non-Medis yang Ramah Lingkungan

Lenita Devi Aulia*, Siti Sofiatul Khasanah, Dhia Aulia Suryanto, Felicia Aurelia Putri Indra, Sonja Andarini, Indah Respati Kusumasari

Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak: Kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan mental dan fisik mendorong peningkatan minat terhadap produk berbasis bahan alami, termasuk aromaterapi. AURUME hadir sebagai inovasi produk aromaterapi berbahan dasar minyak esensial berkualitas tinggi yang dirancang untuk memberikan efek relaksasi, meningkatkan fokus, dan memperbaiki suasana hati. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk aromaterapi yang aman, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta merancang strategi pemasaran yang tepat agar produk dapat diterima di pasar. Metode pelaksanaan terdiri dari tahap perencanaan produk, produksi, hingga pemasaran secara online maupun offline. Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa AURUME memiliki potensi pasar yang cukup besar, didukung oleh tren gaya hidup sehat dan preferensi konsumen terhadap produk alami. Selain itu, strategi pemasaran yang diterapkan berhasil meningkatkan jangkauan pasar, khususnya di kalangan remaja dan dewasa muda. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya edukasi terkait penggunaan aromaterapi secara aman dan efektif, serta peluang pengembangan varian produk baru berbasis kebutuhan spesifik konsumen. Dengan demikian, AURUME diharapkan dapat berkontribusi dalam menciptakan ekosistem industri kesehatan yang inovatif, berkelanjutan, dan berbasis bahan alami berkualitas tinggi.

Kata kunci: Aromaterapi, Minyak Essensial, Kesehatan, Inovasi Produk

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.729>

*Correspondence: Lenita Devi Aulia

Email: 23042010056@student.upnjatim.ac.id

Received: 09-06-2025

Accepted: 16-06-2025

Published: 31-07-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

Abstract: Public awareness of the importance of mental and physical health has led to increased interest in natural-based products, including aromatherapy. AURUME is present as an innovation in aromatherapy products made from high-quality essential oils designed to provide a relaxing effect, increase focus, and improve mood. This study aims to develop aromatherapy products that are safe, effective, and in accordance with consumer needs, as well as to design the right marketing strategy so that the product can be accepted in the market. The implementation method consists of the product planning stage, production, to online and offline marketing. The results achieved show that AURUME has quite a large market potential, supported by healthy lifestyle trends and consumer preferences for natural products. In addition, the marketing strategy implemented has succeeded in increasing market reach, especially among teenagers and young adults. This study also highlights the importance of education related to the safe and effective use of aromatherapy, as well as opportunities for developing new product variants based on specific consumer needs. Thus, AURUME is expected to contribute to creating an innovative, sustainable, and high-quality natural-based health industry ecosystem.

Keywords: Aromatherapy, Essential Oils, Health, Product Innovation

Pendahuluan

Kesejahteraan fisik, mental, dan sosial merupakan pilar utama dalam menjaga kualitas hidup yang optimal. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat berbasis alami, berbagai metode perawatan kesehatan alternatif semakin diminati. Salah satu pendekatan yang telah terbukti efektif adalah aromaterapi, teknik terapi berbasis minyak esensial dari tanaman yang berfungsi untuk meningkatkan kesehatan fisik, emosional, dan mental.

Menurut Wulandari et al. (2024) menemukan bahwa aromaterapi lavender secara signifikan dapat menurunkan tingkat stres dan kecemasan pada remaja. Paparan aroma lavender tidak hanya memberikan efek relaksasi, tetapi juga dapat menstabilkan tekanan darah, meningkatkan kualitas tidur, serta mengurangi tingkat kecemasan dan stres. Mekanisme kerja lavender dalam mengurangi stres dikaitkan dengan kandungan *linalool* dan *linalyl asetat*, yang bekerja pada reseptor glutamat di otak, menghasilkan efek serupa dengan obat *ansiolitik*. Aromaterapi lavender bekerja melalui sistem *olfaktorius*, di mana senyawa *linalool asetat* memiliki efek relaksan, membantu mengurangi kecemasan, menurunkan ketegangan saraf, dan memperbaiki kualitas tidur.

Menurut Gunarti et al. (2022) manfaat minyak esensial dari berbagai tanaman seperti lavender, jeruk bergamot, lemon, *peppermint*, *chamomile*, kenanga, sereh, jeruk pahit, dan *rosemary* dalam mengurangi stres serta kecemasan. Senyawa aktif dalam minyak esensial, seperti *linalool* dan *linalyl asetat* dalam lavender, memiliki efek relaksasi dengan merangsang sistem limbik otak yang berperan dalam pengaturan emosi dan stres. Selain itu, minyak esensial bergamot dan lemon mengandung senyawa limonen yang membantu menstabilkan sistem saraf pusat, sedangkan *peppermint* mengandung *menthol* yang dapat menurunkan hormon *kortisol* penyebab stres.

Aromaterapi semakin populer sebagai metode alami dan non-invasif untuk meningkatkan kesejahteraan mental. Penggunaannya telah meluas ke berbagai sektor, mulai dari spa, salon kecantikan, pusat kebugaran (yoga & meditasi), hingga fasilitas kesehatan seperti rumah sakit dan klinik terapi holistik.

Sebagai bagian dari inovasi dalam dunia aromaterapi, AURUME hadir sebagai solusi premium yang dirancang untuk mendukung keseimbangan tubuh secara alami melalui manfaat terapeutik dari minyak esensial berkualitas tinggi. Proses aplikasinya pun cukup praktis, dapat dilakukan melalui penghirupan (inhalasi) atau difusi ke udara. Dengan bahan baku dari ekstrak tumbuhan terbaik, AURUME menghadirkan pengalaman aromaterapi yang menenangkan dan menyegarkan, menciptakan atmosfer yang nyaman sekaligus berkontribusi pada kesejahteraan pengguna dalam rutinitas sehari-hari.

Meskipun memiliki berbagai manfaat kesehatan, masih banyak masyarakat yang belum memahami secara mendalam mengenai komposisi, manfaat, serta cara penggunaan

aromaterapi yang aman dan efektif. Oleh karena itu, edukasi mengenai mekanisme kerja aromaterapi dalam meningkatkan kesehatan fisik dan mental menjadi aspek penting yang perlu diperkuat agar manfaatnya dapat dioptimalkan. Penelitian lebih lanjut serta upaya penyebaran informasi terkait efektivitas dan keunggulan AURUME sebagai produk aromaterapi unggulan menjadi langkah strategis dalam menghadirkan solusi kesehatan alami yang lebih luas bagi masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menghasilkan produk aromaterapi "AURUME" yang berkualitas, aman digunakan, dan memiliki aroma yang khas dan menenangkan; 2) membangun strategi pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan dan meningkatkan daya tarik produk "AURUME" di pasar; dan 3) mengidentifikasi dan mengatasi hambatan dalam distribusi dan pemasaran agar produk "AURUME" dapat menjangkau konsumen secara luas.

Landasan Teori

A. Aromaterapi Sebagai Alternatif Relaksasi Non - Medis

Aromaterapi sudah lama dikenal dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat. Kandungan minyak atsiri dalam aromaterapi dapat memberikan efek baik bagi kondisi kesehatan, seperti mengurangi stres, relaksasi tubuh, pengaturan emosi, insomnia, kecemasan, serta dapat melancarkan peredaran darah (Pratiwi & Subarnas, 2020).

Aromaterapi merupakan salah satu metode terapi komplementer yang memanfaatkan minyak esensial dari tanaman untuk meningkatkan kesehatan fisik dan mental. Minyak esensial seperti lavender, *peppermint*, dan serai memiliki efek menenangkan dan diketahui dapat mengurangi stres, kecemasan, serta meningkatkan kualitas tidur. Aromaterapi sebagai media relaksasi non-medis telah digunakan secara luas dalam berbagai bentuk produk, seperti lilin aromaterapi dan minyak angin *roll-on*, yang efektif untuk menghilangkan stres dan meningkatkan kesehatan.

Penggunaan minyak esensial dapat menjadi terapi gangguan tidur yang aman dan hemat biaya serta dapat mengurangi penggunaan obat resep yang berlebihan (Sucipto Dwitanta, 2024). Selain itu, efektivitas aromaterapi akan lebih baik jika diimbangi dengan gaya hidup sehat seperti pola makan seimbang dan tindakan pencegahan yang dianjurkan oleh tenaga kesehatan atau aromaterapis. Studi ini menegaskan kembali bahwa aromaterapi menggunakan minyak esensial dapat menjadi cara yang mudah, aman, dan terjangkau untuk meningkatkan kesejahteraan fisik dan mental (Ringu & Ranjan, 2024).

B. Pengembangan Produk Aromaterapi Ramah Lingkungan

Ekonomi hijau merupakan istilah yang digunakan untuk pertumbuhan ekonomi dengan tetap memperhatikan lingkungan. Salah satu bentuk ekonomi hijau adalah upaya untuk meminimalkan limbah baik secara ekonomi maupun ekologi. Minyak goreng yang digunakan untuk menggoreng juga dikenal sebagai minyak goreng bekas. Minyak jelantah dapat berasal dari berbagai jenis minyak yang digunakan untuk menggoreng seperti minyak kelapa sawit, minyak jagung, minyak kelapa, minyak zaitun dan lain-lain (Jelantah et al., 2023).

Kita dapat melihat bagaimana limbah minyak tersebut dapat diubah menjadi produk lilin aromaterapi berkualitas tinggi yang dapat membantu pelanggan rileks. Solusi akan dirancang untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada dan mengatasi masalah limbah untuk menghasilkan produk lilin aroma relaksasi yang inovatif (Mulyaningsih & Hermawati, 2023).

C. Manfaat Aromaterapi

Manfaat aromaterapi dapat dirasakan baik secara fisik maupun emosional, karena kandungan minyak esensial yang digunakan mampu memengaruhi sistem saraf dan hormon tubuh. Beberapa manfaat aromaterapi yaitu:

1. Mengatasi insomnia dan depresi, menghilangkan kecemasan.
2. Mengurangi perasaan tegang.
3. Meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan tubuh, pikiran, dan jiwa.
4. Menjaga kestabilan atau keseimbangan sistem tubuh agar tetap sehat dan cantik.
5. Merupakan pengobatan holistik untuk menyeimbangkan seluruh fungsi tubuh.

Proses aromaterapi dalam tubuh dilakukan oleh dua sistem tubuh, yaitu sistem peredaran darah tubuh dan sistem penciuman. Aroma merupakan molekul yang mudah menguap ke udara dan akan masuk ke saluran hidung melalui proses inhalasi sehingga akan dirasakan oleh otak sebagai proses penciuman. Proses penciuman terbagi menjadi tiga tahap, dimulai dari penerimaan molekul bau oleh *epitel olfaktorius*, yaitu reseptor yang mengandung 20 juta ujung saraf. Selanjutnya bau tersebut akan diteruskan sebagai pesan ke pusat penciuman yang ada di bagian belakang hidung. Di area ini,

Penggunaan minyak esensial merupakan bentuk pengobatan yang murah dan aman untuk gangguan tidur serta dapat mengurangi penggunaan obat resep secara berlebihan (Sucipto Dwitanta, 2024). Aromaterapi mengaktifkan indera penciuman, yang berdampak pada sistem saraf pusat. Minyak lavender dapat mengurangi kelelahan, kecemasan, detak jantung, laju pernapasan, dan tekanan darah, meningkatkan oksigenasi otak dan paru-paru, serta meningkatkan kualitas tidur.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk mengetahui dan menggambarkan respons konsumen terhadap produk aromaterapi AURUME. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara statistik, sehingga hasil yang diperoleh bersifat objektif dan dapat digunakan sebagai dasar dalam perumusan strategi pemasaran serta pengembangan produk di masa depan. Selain itu, pendekatan kuantitatif juga memungkinkan untuk mengidentifikasi pola dan kecenderungan yang muncul dari berbagai variabel yang diteliti. Dengan demikian, pendekatan ini dinilai mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku dan preferensi konsumen dalam konteks produk aromaterapi.

Fokus utama penelitian adalah untuk mengetahui tingkat ketertarikan masyarakat terhadap AURUME, yaitu mengidentifikasi aroma yang paling disukai, mengevaluasi persepsi konsumen terhadap desain kemasan, serta mengetahui platform pembelian yang dianggap paling nyaman. Pemilihan variabel-variabel ini didasarkan pada pertimbangannya sebagai faktor-faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Data dikumpulkan secara daring melalui Google Form yang disebarluaskan kepada masyarakat umum, dengan fokus pada kelompok usia 17 hingga 35 tahun. Kelompok usia ini dipilih karena dinilai memiliki minat tinggi terhadap produk aromaterapi, yang kini menjadi bagian dari gaya hidup modern yang mengutamakan kesehatan, kenyamanan, dan estetika. Selain itu, kelompok ini juga merupakan pengguna aktif media sosial dan platform digital, yang menjadi saluran utama dalam promosi dan penjualan produk AURUME.

Penelitian dilaksanakan dalam rentang waktu April hingga Juni 2025, dengan cakupan wilayah yang mencakup lingkungan kampus, platform media sosial seperti TikTok dan Instagram, serta *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia. Pemilihan saluran distribusi ini tidak terlepas dari kecenderungan konsumen masa kini yang lebih menyukai proses pembelian yang praktis dan dapat dilakukan secara daring. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni dengan memilih responden berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, seperti rentang usia, pengalaman menggunakan aromaterapi, serta minat terhadap produk berbasis bahan alami. Sebanyak 27 responden berpartisipasi dalam penelitian ini dan memberikan berbagai masukan yang relevan, baik dari sisi pengalaman penggunaan, ekspektasi, maupun evaluasi terhadap kualitas dan desain produk.

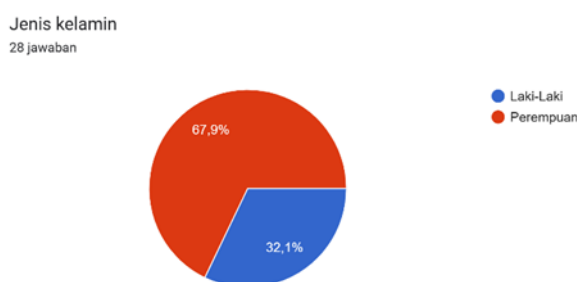
Berdasarkan hasil yang diperoleh, mayoritas responden menunjukkan ketertarikan terhadap produk AURUME, dengan varian aroma seperti Fress dan Relax menjadi pilihan utama. Aroma ini dinilai mampu memberikan nuansa kesegaran dan ketenangan yang cocok digunakan dalam berbagai aktivitas harian. Kemasan yang mengusung kesan elegan

dan natural juga dinilai cukup menarik oleh sebagian besar responden, karena mencerminkan nilai-nilai alami yang menjadi daya tarik utama produk.

Temuan-temuan ini memberikan gambaran awal yang penting mengenai posisi AURUME di pasar, sekaligus menjadi dasar dalam menentukan arah pengembangan produk dan strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen masa kini. Pengetahuan mengenai selera konsumen, citra produk, dan perilaku pembelian akan membantu AURUME dalam memperkuat daya saingnya, tidak hanya dari sisi kualitas produk, tetapi juga dalam membangun hubungan emosional dengan konsumen. Dengan demikian, AURUME memiliki peluang besar untuk tumbuh dan berkembang sebagai produk aromaterapi lokal yang mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Hasil dan Pembahasan

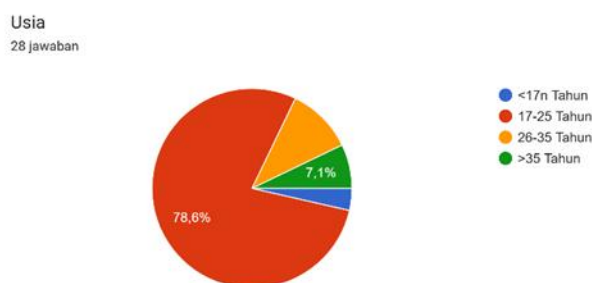
Dalam mendapatkan gambaran yang lebih nyata tentang minat dan persepsi konsumen terhadap produk aromaterapi AURUME, tim kami melakukan survei daring yang ditujukan kepada masyarakat umum, khususnya mereka yang berusia 17 sampai 35 tahun kelompok yang menjadi fokus utama pasar produk ini. Kuesioner yang kami buat mencakup berbagai hal, mulai dari kebiasaan memakai aromaterapi, alasan di balik penggunaannya, ketertarikan terhadap produk AURUME, hingga preferensi terkait aroma favorit, desain kemasan, dan platform pembelian yang sering dipakai. Sebanyak 27 responden dengan latar belakang beragam seperti mahasiswa, pekerja kantoran, dan pengusaha turut berpartisipasi dalam survei ini. Hal ini memberi sinyal positif bahwa pasar untuk produk seperti AURUME cukup besar.



Gambar 1. Jenis Kelamin Responden

Mayoritas responden dalam survei ini adalah perempuan (66,7%), menunjukkan bahwa produk aromaterapi seperti AURUME lebih banyak diminati oleh perempuan yang umumnya lebih peduli terhadap kenyamanan, estetika, dan perawatan diri. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Khadijah dan Palifiana (2024) yang menunjukkan bahwa

perempuan memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam menggunakan produk aromaterapi untuk mengelola stres dan meningkatkan kenyamanan emosional.



Gambar 2. Usia Responden

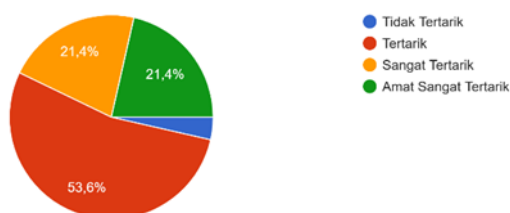
Sebagian besar usia berada di rentang 17–25 tahun (77,8%), segmen yang dikenal responsif terhadap produk alami dan tren gaya hidup sehat. Aisyah et al. (2024) juga menegaskan bahwa kelompok usia muda memiliki ketertarikan tinggi terhadap produk relaksasi berbasis aroma karena dinilai praktis, alami, dan mendukung kebutuhan emosional mereka.



Gambar 3. Pengalaman Responden

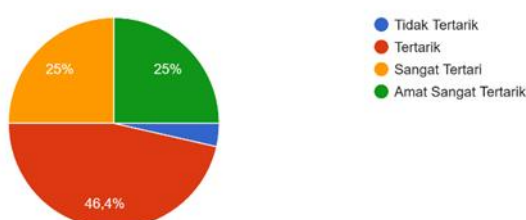
Pengalaman dan frekuensi penggunaan aromaterapi juga menjadi indikator penting dalam memahami perilaku konsumen. Sebanyak 81,5% responden mengaku sudah pernah menggunakan produk aromaterapi, yang menunjukkan bahwa aromaterapi sudah cukup dikenal luas. Namun, hanya 22,2% yang menggunakan aromaterapi setiap hari, sementara sisanya menggunakannya secara berkala (37%), jarang (22,2%), atau tidak pernah sama sekali (18,5%). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun aromaterapi dikenal dan diminati, frekuensi pemakaiannya masih tergolong tidak rutin. Senja et al. (2024) menyebutkan bahwa meskipun manfaat aromaterapi telah terbukti secara ilmiah, pemanfaatannya dalam kehidupan sehari-hari masih dipengaruhi oleh rendahnya kesadaran terhadap efektivitas dan cara penggunaan yang tepat. Oleh karena itu, edukasi mengenai manfaat dan penggunaan aromaterapi secara rutin menjadi peluang penting yang dapat dimaksimalkan oleh tim pengembang AURUME.

Apakah Anda tertarik mencoba produk aromaterapi Aurumé jika tersedia di pasaran?
28 jawaban



Gambar 4. Ketertarikan Responden Terhadap Produk AURUME

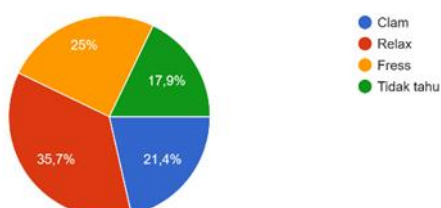
Apakah desain kemasan Aurumé (elegan dan natural) menarik perhatian Anda?
28 jawaban



Gambar 5. Ketertarikan Responden Terhadap Kemasan AURUME

Minat terhadap produk AURUME juga tergolong tinggi. Sebanyak 55,6% responden menyatakan tertarik mencoba produk ini jika tersedia di pasaran, dan 22,2% lainnya sangat tertarik. Bahkan 18,5% menyatakan amat sangat tertarik, sementara hanya 3,7% yang tidak tertarik. Hal ini menunjukkan potensi penerimaan pasar yang sangat kuat. Penilaian terhadap desain kemasan AURUME juga positif, dengan 48,1% responden menyukai tampilan kemasan yang elegan dan alami. Menurut Putri Lenggo Geni et al. (2024), visual kemasan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen, terutama pada produk yang berkaitan dengan kenyamanan dan relaksasi, seperti aromaterapi. Desain yang menarik tidak hanya memperkuat citra produk, tetapi juga menambah nilai emosional yang penting bagi konsumen.

Dari ketiga varian Aurumé (Calm, Relax, Fress), mana yang paling menarik untuk Anda coba?
28 jawaban



Gambar 6. Ketertarikan Responden Terhadap Varian AURUME

Dari segi varian aroma, AURUME menawarkan tiga pilihan: *Relax*, *Calm*, dan *Fress*. Varian *Relax* menjadi yang paling disukai (37%) karena memberikan efek relaksasi dan ketenangan yang sesuai dengan kebutuhan utama konsumen. Sementara *Calm* dan *Fress* masing-masing dipilih oleh 22,2% responden. Sisanya belum menentukan pilihan karena merasa belum cukup familiar dengan semua varian. Efektivitas aroma relaksasi ini juga didukung oleh temuan Khadijah dan Palifiana (2024), yang menyatakan bahwa aroma lavender secara signifikan menurunkan tingkat stres dan memberikan efek tenang pada individu yang menggunakannya.

menciptakan aroma yang enak dan tidak bikin eneg	semoga bahan bahan tetap menjaga lingkungan
harapanya AURUME bisa menjadi produk aromate	tetep menjaga kualitas produk
lebih menciptakan aroma yg baru	harga yang ramah di kantong
tidak menciptakan aroma yang menyengat	harga yg ramah di kantong dan aromanya nyamar
menciptakan inovasi aroma aroma yang lebih mer	memiliki desain yg menarik
harga yang ramah dikantong	semoga semakin sukses
Harapan nya agar banyak menambah varian baru	memiliki aroma yang unik
semoga tmbah sukses	sukses
Saya berharap produk aromaterapi seperti Aurume	semoga cocok
bisa sangat membantu untuk relaksasi	dapat mengharumkan ruangan
semoga Aurume meluncurkan produknya bentuk s	semoga amanah
tambah variant baru	semoga semakin maju
selalu menjaga kualitas dan kuantitas	dapat membuat pikiran fresh
	sukses

Gambar 7. Harapan Responden Terhadap Produk AURUME

Harapan konsumen terhadap pengembangan produk AURUME juga memberikan arah penting dalam strategi pengembangan ke depan. Sebanyak 48,9% responden berharap adanya penambahan varian aroma baru untuk menyesuaikan dengan preferensi pribadi dan suasana hati. Selain itu, 26,7% menekankan pentingnya harga yang terjangkau, agar produk ini dapat dijangkau oleh kalangan yang lebih luas. Ranu Baskora Aji Putra et al. (2024) menegaskan bahwa keberhasilan produk aromaterapi tidak hanya ditentukan oleh kualitas aroma, tetapi juga oleh ketersediaan pilihan yang variatif dan harga yang bersahabat. Sementara itu, 9% responden menginginkan inovasi dalam desain kemasan, dan 18% lainnya menyoroti pentingnya bahan alami dan aroma yang tidak menyengat, karena kenyamanan menjadi faktor utama dalam penggunaan produk ini.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa konsumen AURUME mengutamakan keberagaman aroma, kemasan yang menarik, harga yang terjangkau, serta kenyamanan dalam penggunaan. Dukungan dari berbagai penelitian ilmiah yang relevan memperkuat bahwa tren konsumsi produk aromaterapi tidak hanya didorong oleh gaya hidup sehat, tetapi juga oleh kebutuhan emosional dan estetika yang semakin berkembang di

masyarakat, terutama generasi muda. Oleh karena itu, inovasi dan edukasi konsumen menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing AURUME di pasar produk aromaterapi berkembang.

A. Laporan Keuangan Usaha

Tabel 1. Laporan Keuangan

Keterangan	Jumlah (Rp)
Saldo Awal	260.000
Pemasukan	340.000
Pengeluaran	260.000
Profit	80.000

Tabel 2. Laporan Laba Rugi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Penjualan	340.000
Total Pendapatan	340.000
Harga Pokok Penjualan	260.000
Total HPP	260.000
Laba Kotor	80.000
Beban (Promosi, Operasional, dll)	0
Total Beban	0
Laba Bersih	80.000

B. Tantangan dan Evaluasi Produk AURUME

Salah satu tantangan utama yang dihadapi AURUME adalah keterbatasan varian aroma yang ditawarkan. Sebagian konsumen mengungkapkan harapan agar AURUME menghadirkan inovasi dan menambah pilihan aroma. Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi produk masih terbatas dan dapat menjadi hambatan dalam mempertahankan minat konsumen dalam jangka panjang. Jika tidak segera ditanggapi, ada risiko konsumen beralih ke merek lain yang menawarkan lebih banyak pilihan aroma sesuai dengan preferensi mereka. Penelitian oleh Chotimah et al. (2022) menunjukkan bahwa inovasi aroma berbasis bahan alami seperti kemangi dan kenanga dapat meningkatkan efek relaksasi secara signifikan, sehingga kombinasi aroma lokal dinilai potensial dalam mempertahankan ketertarikan pasar terhadap produk aromaterapi.

Selain persoalan varian, AURUME juga menghadapi persaingan ketat dari *brand* aromaterapi lain yang telah lebih dulu dikenal dan memiliki basis konsumen yang loyal. Dalam situasi ini, AURUME perlu memiliki nilai pembeda yang jelas (*Unique Selling Proposition/USP*) agar mampu menonjol di tengah pasar yang kompetitif. Tanpa USP yang kuat dan relevan, produk akan sulit menarik perhatian dan hanya dianggap sebagai

alternatif biasa. Saputra (2022) menyatakan bahwa *brand* yang mengedepankan bahan baku lokal dan manfaat kesehatan spesifik, seperti penurunan tekanan darah atau pengurangan stres, cenderung lebih mudah membentuk loyalitas konsumen. Ini menunjukkan pentingnya keunikan produk berbasis bukti ilmiah yang dapat dikomunikasikan secara jelas kepada pasar.

Dalam tahap evaluasi, AURUME dapat mengeksplorasi bahan-bahan lokal Indonesia yang memiliki potensi aroma dan belum dimanfaatkan secara maksimal. Bunga kenanga (*Cananga odorata*), misalnya, mengandung senyawa *linalool* dan *geraniol* yang terbukti memberikan efek relaksasi serta menurunkan tekanan darah (Rahmawati et al., 2022). Pandan wangi juga memiliki khasiat serupa, terbukti secara klinis mampu menurunkan tekanan darah sistolik dan diastolik pada pasien hipertensi (Zamzami et al., 2023). Dengan memanfaatkan kekayaan hayati Indonesia seperti kenanga, pandan, dan rempah-rempah lainnya, AURUME dapat memperkuat citra produk yang tidak hanya alami dan berkualitas, tetapi juga memiliki nilai kesehatan yang nyata.

Dalam pembentukan USP yang kuat, AURUME dapat menekankan bahwa produknya menggunakan 100% minyak atsiri lokal yang diuji secara ilmiah dan bermanfaat bagi kesejahteraan pengguna. Selain itu, penggunaan kemasan ramah lingkungan dengan desain yang mencerminkan nilai budaya lokal dapat memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya tarik produk secara emosional dan visual. Strategi ini didukung oleh temuan Chotimah (2022), yang menyebutkan bahwa kombinasi aroma herbal lokal dapat memberikan dampak relaksasi yang signifikan dan menjadi keunggulan sensorik yang sulit ditiru oleh *brand* lain.

Dengan pendekatan yang tepat terhadap potensi bahan lokal, AURUME dapat membangun citra sebagai *brand* aromaterapi yang tidak hanya menawarkan kualitas dan manfaat, tetapi juga mencerminkan kekayaan alam dan budaya Indonesia. Inovasi berbasis kekhasan lokal inilah yang akan memperkuat posisi AURUME di pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen secara berkelanjutan.

Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap produk AURUME, dapat disimpulkan bahwa produk ini memperoleh respons yang umumnya positif dari konsumen. Aroma yang ditawarkan, khususnya varian *Relax*, dinilai memberikan efek menenangkan dan sesuai dengan harapan pengguna yang menginginkan ketenangan dalam aktivitas mereka. Kemasan produk juga mendapatkan penilaian baik karena dinilai menarik dan sesuai dengan konsep alami. Mayoritas konsumen berasal dari kelompok perempuan usia muda hingga dewasa, yang cenderung memiliki minat terhadap produk berbahan dasar alami. Selain itu, media sosial, terutama Instagram, menjadi saluran

utama yang memperkenalkan produk ini kepada konsumen, menunjukkan bahwa pemasaran digital berperan besar dalam membangun citra dan jangkauan produk.

Sebagai tindak lanjut dari temuan yang diperoleh, disarankan agar AURUME terus mengembangkan kualitas produk, terutama dalam hal varian aroma yang diminati konsumen. Selain mempertahankan aroma yang ada, AURUME juga dapat mempertimbangkan untuk menambahkan aroma lokal khas Indonesia sebagai ciri khas yang membedakan dari produk lain di pasaran. Untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap nilai keberlanjutan, AURUME juga disarankan menyediakan kemasan isi ulang sebagai alternatif yang ramah lingkungan. Dalam hal promosi, strategi pemasaran digital perlu diperkuat melalui kolaborasi dengan tokoh publik atau *influencer* yang memiliki pengaruh di media sosial. Penelitian lanjutan juga dianjurkan untuk mengetahui dampak psikologis penggunaan aromaterapi terhadap kondisi emosional dan kesehatan pengguna secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Atika, S., Hs, S., Hasanah, U., Fitri, N. L., Dewi, T. K., & Ph, L. (n.d.). EFEKTIVITAS KOMBINASI RELAKSASI AUTOGENIK DAN AROMATERAPI LAVENDER TERHADAP TEKANAN DARAH PENDERITA HIPERTENSI. <http://journal.stikeskendal.ac.id/index.php/Keperawatan>
- Bagi Masyarakat Kelurahan Keputih, C., Sukolilo, K., Eva Oktavia Ningrum, S., Ni, H., Made Intan Putri Suari, N., Rachmaniah, O., Rahmawati, Y., Tetrisyanda, R., Nurkhamidah, S., Satria Bhuana, D., & Kurniawansyah, F. (2018). Pelatihan Pembuatan Produk Personal Care: Shower Gel dan Sabun (Vol. 2, Issue 1).
- Chotimah, I. K., Pratimasari, D., Kusuma, W., Tinggi, S., & Kesehatan Nasional, I. (n.d.). UJI AKTIVITAS LILIN AROMATERAPI KOMBINASI MINYAK ESENSIAL KEMANGI (*Ocimum Basillicum*) DAN KENANGA (*Cananga Odorata*) SEBAGAI RELAKSASI TERHADAP MENCIT PUTIH JANTAN. <http://cjp.jurnal.stikescendekiautamakudus.ac.id>
- Gama, S. I., Rusli, R., & Basir, N. Y. (2024). Lilin Aromaterapi Dari Ekstrak Bunga Kenanga (*Cananga odorata*). *Jurnal Riseta Naturafarm*, 1(2), 60–68. <https://doi.org/10.70392/jrn.v1i2.6068>
- Khadijah, S., & Arthyka Palifiana, D. (2021). PENGARUH TEKNIK RELAKSASI NAFAS DALAM DAN AROMATERAPI LAVENDER TERHADAP PENURUNAN DEPRESI WARGA BINAAN PEREMPUAN DI LEMBAGA PEMASYARAKATAN KELAS IIB YOGYAKARTA. *Jurnal Kebidanan Indonesia*, 12(2). <https://doi.org/10.36419/jki.v12i2.491>

- M Yogi Ryantama Isjoni, H. H. A. dkk. (2024). Pembuatan Aroma Lilin Terapi Yang Ramah Lingkungan Dengan Memanfaatkan Minyak Jelantah Bekas. JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BANGSA, Volume 2, No. 7, 2641–2646.
- Nurhidayat, F., Utami, I. T., Fitri, N. L., Dharma, A. K., & Metro, W. (2024). PENERAPAN RELAKSASI AUTOGENIK DAN INHALASI AROMATERAPI PEPPERMINT TERHADAP NYERI KEPALA APPLICATION OF AUTOGENIC AND INHALATION RELAXATION PEPPERMINT AROMATHERAPY FOR HEAD PAIN. Jurnal Cendikia Muda, 4(1).
- Priastomo, M., Sau, R. P. P., & Fadraersada, J. (2018). Observasi Klinik Pemberian Aroma Pandan Wangi Terhadap Tekanan Darah Pasien Hipertensi. Jurnal Sains Dan Kesehatan, 1(10), 531–538. <https://doi.org/10.25026/jsk.v1i10.98>
- Putri Lenggo Geni, Bambang Suryadi, & Susaldi Susaldi. (2024). Pengaruh Teknik Relaksasi Nafas Dalam Dengan Aroma Terapi Lavender Terhadap Tingkat Nyeri Post Operasi Phacoemulifikasi Menggunakan Anestesi Lokal Kamar Operasi RSUD Cilincing Tahun 2023. An-Najat, 2(2), 50–57. <https://doi.org/10.59841/an-najat.v2i2.1128>
- Rofi et all. (2018). Perbandingan Antara Pemberian Aromaterapi Kenanga Dan Aromaterapi Lemon Terhadap Penurunan Tekanan Darah Di RSUD Tanah Bumbu. 9.
- Sari, D., & Leonard, D. (2018). PENGARUH AROMA TERAPI LAVENDER TERHADAP KUALITAS TIDUR LANSIA DI WISMA CINTA KASIH. Jurnal Endurance, 3(1), 121. <https://doi.org/10.22216/jen.v3i1.2433>
- Setyawan, A., & Oktavianto, E. (2020). Efektifitas Aromaterapi Lavender terhadap Tingkat Kecemasan Menghadapi Osce pada Mahasiswa Keperawatan. Jurnal Berkala Kesehatan, 6(1), 9. <https://doi.org/10.20527/jbk.v6i1.8356>
- Susanto, H., Witjoro, A., Fitriyati, U., Firdaus, Z., Izza, J. N., & Aruna, A. (n.d.-a). Pengembangan Produk Relaxation Scented Candle dari Limbah Minyak Sisa Penggorengan sebagai Sumber Penghasilan Alternatif di Kampung Industri Tempe Sanan Development of Relaxation Scented Candle Products from Frying Waste Oil as an Alternative Source of Income in the Tempe Sanan Industrial Village.
- Susanto, H., Witjoro, A., Fitriyati, U., Firdaus, Z., Izza, J. N., & Aruna, A. (n.d.-b). Pengembangan Produk Relaxation Scented Candle dari Limbah Minyak Sisa Penggorengan sebagai Sumber Penghasilan Alternatif di Kampung Industri Tempe Sanan Development of Relaxation Scented Candle Products from Frying Waste Oil as an Alternative Source of Income in the Tempe Sanan Industrial Village.