

ANALISIS *POST-MARKET REED DIFFUSER* CAOLIA AROMA TEH HIJAU DAN COKELAT

ASRI WIDYASANTI^{1*}, SHINTYA DEVITA MAHARANI¹, TIRTA ADIPRATAMA¹,
YUSRI YAYU IHSANI¹

¹Program Studi Teknik Pertanian, Fakultas Teknologi Industri Pertanian Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung-Sumedang Km.21 Jatinangor 45363 Sumedang
*email: asri.widyasanti@unpad.ac.id

Diserahkan : 02/12/2022

Diterima : 02/01/2023

Dipublikasikan : 09/08/2023

Abstrak. Pengharum ruangan memiliki peran yang sangat penting pada kehidupan sehari-hari karena dapat memberikan kesenangan, mempengaruhi kejiwaan dan syaraf, serta memberikan aroma wangi pada bahan dan benda yang tidak memiliki aroma yang wangi. *Reed diffuser* merk Caolia adalah produk pengharum ruangan berbentuk cairan dengan menggunakan rotan (*reed*) sebagai media penyebaran aromanya dan tidak memerlukan listrik maupun api sehingga aman untuk digunakan. Aroma yang disebarkan dari *reed diffuser* dapat memberikan berbagai manfaat, salah satunya yaitu meredakan stres. Aroma teh hijau dan aroma cokelat pada *reed diffuser* dapat menyegarkan dan memberikan ketenangan bagi konsumen. Namun, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bentuk serta manfaat penggunaan dari *reed diffuser*. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan metode survei online melalui kuesioner google form. Hasil survei dari 104 responden menunjukkan responden didominasi oleh masyarakat yang berusia 19 – 22 tahun. Sebanyak 59,2% responden menyukai *reed diffuser* aroma cokelat, dan sebanyak 40,8% responden menyukai aroma teh hijau. Namun, terdapat saran serta masukan mengenai penambahan aroma lain supaya lebih bervariasi. Berdasarkan hal tersebut maka perlu upaya meningkatkan citra produk *reed diffuser* melalui formulasi serta pengenalan produk melalui media sosial dan pameran produk.

Kata kunci: aroma cokelat, aroma teh hijau, *reed diffuser*

Abstract. Air fresheners have a very important role in everyday life because they can provide pleasure, affect the psyche and nerves, and give fragrance to materials and objects that do not have a fragrant aroma Caolia Reed diffuser is a liquid air freshener product using rattan (*reed*) as a medium for spreading the aroma and does not require electricity or fire so it is safe to use. The aroma that is spread from the reed diffuser can provide various benefits, one of which is to relieve stress. The aroma of green tea and chocolate aroma in the reed diffuser can refresh and provide peace for consumers. However, there are still many people who do not know the form and benefits of using a reed diffuser. The method used was the online survey method through the Google form questionnaire. The results showed that 104 respondents were dominated by people aged 19-22 years. 59.2% of respondents liked the reed diffuser with the aroma of chocolate, and 40.8% of the respondents liked the aroma of green tea. However, there were suggestions and input regarding the addition of other scents to make it more varied. Based on this, efforts were needed to improve the reed diffuser product image through formulation and product introduction through social media and product exhibition.

Keywords: chocolate scented, green tea scented, *reed diffuser*

1. Pendahuluan

Pengharum ruangan memiliki peran yang sangat penting pada kehidupan sehari-hari karena dapat memberikan kesenangan, mempengaruhi kejiwaan dan syaraf, serta memberikan aroma wangi pada bahan dan benda yang tidak memiliki aroma yang wangi. Selain itu, pengharum ruangan dapat digunakan di bidang kesehatan, seperti digunakan sebagai obat yang dapat menenangkan dan menghilangkan stres karena aroma yang dihasilkan dapat memberikan relaksasi. Pengharum ruangan banyak dibutuhkan di perkantoran, sekolah, kebutuhan rumah tangga, dan juga dapat dijadikan sebagai souvenir (Haro dkk, 2019).

Pengharum ruangan memiliki beberapa bentuk, yaitu gel, cair, padat, dan masih banyak lagi. *Reed diffuser* merupakan jenis pengharum ruangan berbentuk cair yang penggunaannya dapat diletakkan di atas meja pada ruangan yang diinginkan. Aroma yang terdapat pada cairan di dalam botol kemudian akan diserap oleh rotan (*reed*), yang kemudian akan tersebar ke seluruh ruangan. Pengharum jenis *reed diffuser* tidak membutuhkan listrik dan api sebagai media penyebaran aromanya sehingga aman untuk digunakan dan tidak menimbulkan bahaya (Adrianjara, 2021).

Aroma yang terdapat pada *reed diffuser* berbentuk cairan. Aroma yang dihasilkan dapat berasal dari *essential oil* atau *fragrance oil*. *Essential oil* berasal dari hasil ekstraksi pada bunga, batang, daun, akar, dan buah dari berbagai macam tumbuhan (Awaluddin dkk, 2023). Sedangkan *fragrance oil* adalah minyak wewangian yang berasal dari bahan sintetis atau bahan alam yang dicampurkan dengan minyak pembawa. Aroma pada *reed diffuser* dapat dipilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari konsumen.

Teh hijau (*Camellia sinensis*) dan cokelat (*Theobroma cacao L.*) memiliki aroma yang khas dan banyak diminati berbagai kalangan. Aroma teh hijau sudah banyak digunakan salah satunya sebagai aroma pengharum badan dan pakaian. Aroma yang dihasilkan dari teh hijau dapat menyegarkan, memberikan relaksasi, dan menurunkan stres bagi konsumen (Wisnubrata, 2020). Begitu juga dengan aroma cokelat. Cokelat dapat memberikan aroma yang dapat menenangkan dan menurunkan stres bagi konsumen yang menghirupnya (Kusumaningrum, 2014).

Banyak masyarakat yang sudah menggunakan pengharum ruangan untuk memenuhi kebutuhan ruangan baik di rumahnya maupun ruangan lainnya. Peminatan terhadap pengharum ruangan *reed diffuser* menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan manfaat dari *reed diffuser* dengan aroma teh hijau dan aroma cokelat. Oleh karena itu, kami melakukan sebuah survei melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat dari berbagai kalangan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendapatkan data mengenai seberapa besar pengetahuan mengenai pengharum ruangan *reed diffuser* dan mengetahui aroma yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Hasil tindak lanjut akan digunakan untuk formulasi, kampanye sosial di media sosial, dan pengembangan produk *reed diffuser* kedepannya. Manfaat dari kegiatan ini untuk mengetahui perilaku masyarakat dan preferensi konsumen terhadap *reed diffuser* aroma teh hijau dan aroma cokelat supaya dapat diterima khalayak masyarakat.

2. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *participatory research* dengan menerapkan teknik survei. Survei dilakukan secara *online* melalui kuesioner yang dibuat dalam *google form* dengan tautan bit.ly/SurveyMinatReedDiffuser. Tujuan dari dilakukannya survei adalah untuk mengetahui potensi *reed diffuser* dengan aroma teh hijau dan cokelat yang termasuk ke dalam komoditas perkebunan dapat dijadikan sebagai alternatif pengharum ruangan. Adapun aspek yang disebutkan meliputi aroma, kemasan, dan volume produk.

Segmentasi pasar untuk produk *reed diffuser* adalah masyarakat dengan rentang usia 16-60 tahun yang berdomisili di Sumedang dan Bandung. Waktu pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:

- Tahap Persiapan: 29 Februari - 13 Maret 2023
- Tahap Pelaksanaan: 14 Maret - 12 Juni 2023
- Tahap Tindak Lanjut: 13 - 24 Juni 2023

3. Hasil dan Pembahasan

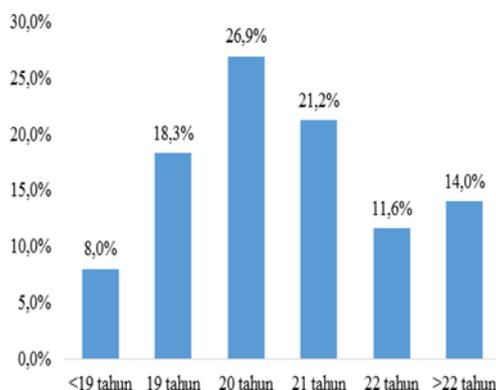
3.1 Pelaksanaan Survei *Online*

Sebelum melaksanakan survei penilaian produk, tahapan persiapan dilakukan terlebih dahulu yaitu dengan membuat analisis SWOT yang disajikan dalam Gambar 1. Selain itu, pembuatan kuesioner peminatan masyarakat terhadap produk (*pre-market*) dan kuesioner penilaian produk (*post market*) juga dilakukan. Isi kuesioner penilaian produk mencakup produk akhir secara keseluruhan, yaitu meliputi aroma, bahan dan desain kemasan yang digunakan, serta volume produk yang disajikan.



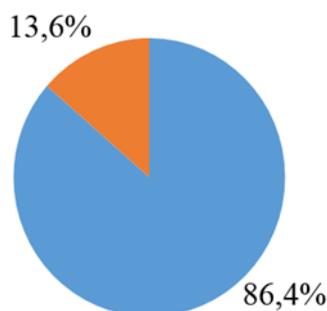
Gambar 1. Analisis SWOT Reed Diffuser Aroma Teh Hijau dan Cokelat

Setelah tahap persiapan selesai, pelaksanaan survei secara *online* dilakukan dengan menyebarkan tautan kuesioner melalui media sosial (Whatsapp). Kuesioner diisi oleh 104 responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 33,7% dan perempuan sebanyak 66,3%. Rentang usia responden berada pada 16 hingga 58 tahun yang didominasi oleh masyarakat berusia 19-22 tahun yang disajikan dalam Gambar 2.



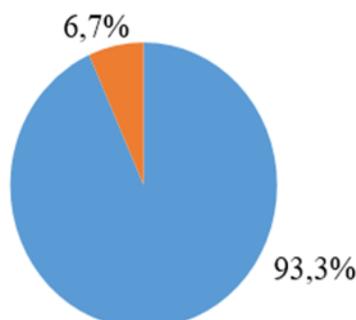
Gambar 2. Data Sebaran Usia Responden

Sebanyak 59,2% responden lebih menyukai aroma coklat, sementara 40,8% responden lebih menyukai aroma teh hijau. Kedua varian aroma memiliki kesan yang berbeda, aroma coklat terkesan manis dan dapat meningkatkan kenyamanan ruangan, aroma teh hijau terkesan segar dan dapat meningkatkan ketenangan ruangan. Pemilihan varian aroma ditentukan oleh preferensi masing-masing responden. Terkait aroma, beberapa responden menyatakan bahwa aroma *reed diffuser* kurang tercium dan perlu diperkuat. Hal tersebut dapat disebabkan oleh formulasi yang belum optimal dan isi bersih produk yang cenderung sedikit. Sebanyak 13,6% yang disajikan dalam Gambar 3 menyatakan kurang puas dengan volume produk sebanyak 20 ml dan terdapat responden yang memberikan saran untuk membuat produk dengan ukuran 30,50, dan 100 ml.

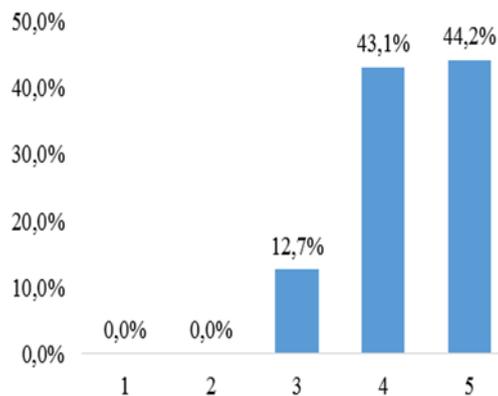


Gambar 3. Hasil Kuesioner Mengenai Isi Bersih Produk *Reed Diffuser*

Mengenai kemasan, produk *reed diffuser* terdiri dari kemasan primer dan sekunder. Kemasan primer merupakan kemasan yang bersentuhan langsung dengan produk dan berpengaruh terhadap masa simpan dan stabilitas produk (Rahmayanti & Sriwidodo, 2021). Bahan kemasan primer yang digunakan adalah gelas (botol kaca) karena memiliki struktur transparan, tidak mengkontaminasi produk, dan dapat mencegah keluarnya cairan produk (Rosmawati *et al*, 2021). Botol kaca cocok dijadikan sebagai kemasan primer, hal tersebut didukung dengan hasil kuesioner yang disajikan dalam Gambar 4 yaitu sebanyak 93,3% responden suka dengan kemasan produk berbahan dasar gelas.



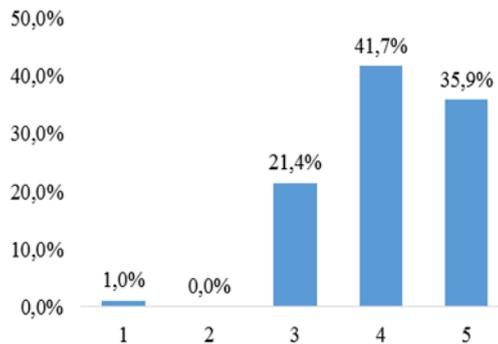
Gambar 4. Hasil Kuesioner Tentang Kemasan Primer Produk *Reed Diffuser*



Gambar 5. Hasil Kuesioner Tentang Kemasan Primer Produk *Reed Diffuser*

Bahan kemasan sekunder yang digunakan adalah kertas (kardus) yang berfungsi untuk melindungi kemasan primer. Secara keseluruhan, pada skala 1 hingga 5 (tidak suka sangat suka), sebanyak 44,2% responden menyatakan sangat suka dengan kemasan produk *reed diffuser* yang disajikan pada Gambar 5.

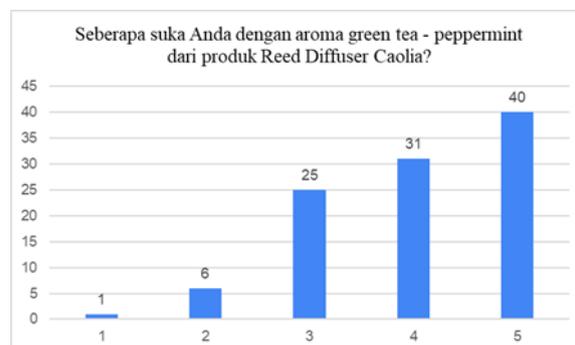
Ketertarikan masyarakat untuk membeli *reed diffuser* disajikan dalam Gambar 6, yang menunjukkan sebanyak 41,7% responden tertarik membeli produk. Berdasarkan hasil kuesioner ini, produk *reed diffuser* dengan aroma teh hijau dan coklat memiliki potensi yang cukup besar untuk lebih dioptimalkan dan dikembangkan sebagai alternatif pengharum ruangan yang aman dan ramah lingkungan.



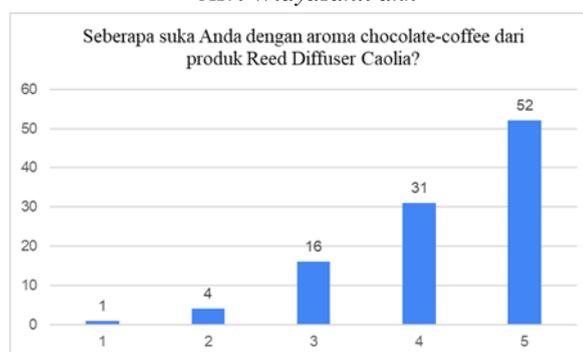
Gambar 6. Hasil Kuesioner Tentang Ketertarikan Membeli Produk *Reed Diffuser*

3.2 Analisis Perilaku Masyarakat

Analisis peminatan responden dilakukan dengan penilaian skor 1-5, dari sangat tidak suka (1), tidak suka (2), netral (3), suka (4) hingga sangat suka (5). Hasil analisis data disajikan pada Gambar 7 dan Gambar 8.



Gambar 7. Hasil Peminatan Pertanyaan 1



Gambar 8. Hasil Peminatan Pertanyaan 2

Caolia berupa produk pengharum ruangan *reed diffuser* yang aman digunakan untuk keluarga. Produk kami tersedia dengan 2 varian, teh hijau dan coklat (Gambar 9). Caolia tersedia dalam ukuran 20 ml. Fungsi utama produk yaitu mengharumkan ruangan dan dapat meningkatkan mood para penggunanya yang disebut Caolians. Produk *reed diffuser* Caolia juga memiliki logo yang menarik dengan simbol pucuk teh dan biji kakao (Gambar 10).



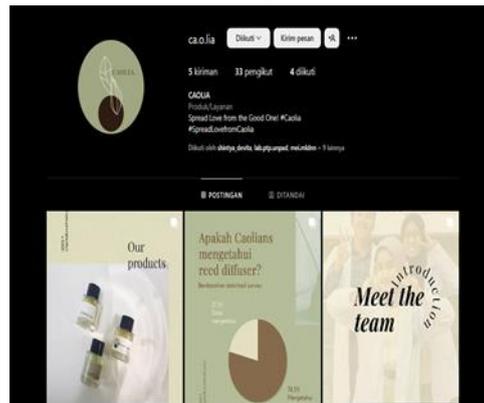
Gambar 9. Produk Caolia *reed diffuser*



Gambar 10. Produk Caolia *reed diffuser*

3.3 Tindak Lanjut Survei

Sebagai upaya untuk meningkatkan peminatan masyarakat mengenai *reed diffuser* aroma teh hijau dan coklat, maka dilakukan upaya *virtual campaign* melalui *platform* media sosial yaitu Instagram. *Virtual campaign* ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pemanfaatan teh hijau dan coklat pada pembuatan *reed diffuser*. *Virtual campaign* yang dilakukan diunggah pada akun Instagram @ca.o.lia (Gambar 11).



Gambar 11. Akun Instagram @ca.o.lia

Virtual campaign yang dilakukan diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap *reed diffuser* aroma teh hijau dan coklat.

Selain pengenalan melalui media sosial *reed diffuser* Caolia juga didesiminasikan melalui pameran produk yang dilakukan oleh tim Caolia (Gambar 12) di lobby Fakultas Teknologi Industri Pertanian, Universitas Padjadjaran. Kegiatan ini bertujuan mempromosikan produk Caolia *reed diffuser* di kalangan akademisi (Gambar 13). Pengunjung booth *reed diffuser* Caolia mendapatkan pengenalan keunggulan produk dan melakukan *post market survey* melalui sistem *barcode*.



Gambar 12. Tim Caolia



Gambar 13. Kegiatan Pameran Produk

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil survei terhadap 104 responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 33,7% dan perempuan sebanyak 66,3% dan rentang usia responden berada pada 16 hingga 58 tahun, sebanyak 59,2% responden lebih menyukai aroma coklat, sementara 40,8% responden lebih menyukai aroma teh hijau.

Reed diffuser yang dibuat memiliki volume sebanyak 20 ml. Sebanyak 13,6% menyatakan kurang puas dengan volume produk sebanyak 20 ml dan terdapat responden yang memberikan saran untuk membuat produk dengan ukuran 30, 50, dan 100 ml.

Mengenai kemasan, produk *reed diffuser* terdiri dari kemasan primer dan sekunder. Bahan kemasan primer yang digunakan adalah gelas (botol kaca) dengan sebanyak 93,3% responden menyukai kemasan produk berbahan dasar gelas. Bahan kemasan sekunder yang digunakan adalah kertas (kartus). Secara keseluruhan, pada skala 1 hingga 5 (tidak suka - sangat suka), sebanyak 44,1% responden menyatakan sangat suka dengan kemasan produk *reed diffuser*.

Upaya kampanye virtual melalui Instagram @ca.o.lia merupakan salah satu upaya dalam memperkenalkan produk *reed diffuser* aroma teh hijau dan coklat kepada masyarakat luas. Saran yang direkomendasikan adalah masih perlu dilakukan sosialisasi dan pelatihan dalam pembuatan *reed diffuser* untuk mendukung kegiatan ini ke depannya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Dosen Pengampu dan Praktisi Mata Kuliah Rekayasa Produk Hilir Berbasis Bahan Pertanian atas dukungannya dalam kegiatan ini, serta semua pihak yang sudah terlibat dalam proses survei online peminatan masyarakat mengenai *reed diffuser* aroma teh hijau dan coklat sehingga kegiatan ini dapat selesai dengan baik.

Daftar Pustaka

1. Adrianjara, D. (2021). Ini 4 Tips Gunakan Reed Diffuser agar Ruangan Harum. Retrieved from kompas.com pada 4 Juli 2023.
2. Awaluddin, N., Awaluddin, S. W., Bachri, N., & Mointi, S. S. (2023). The Formulation of Reed Diffuser is A Combination of Cinnamon (*Cinnamomum verum*) and Citronella (*Cymbopogon nardus*) Essential Oil as an Anti-Stress Aromatherapy. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(4), 1960-1967.
3. Haro, A., Ahmad, G. N., Waspodo, A. A., & Lestari, F. A. (2019). Pelatihan Wirausaha Pembuatan Pengharum Ruangan Bernilai Ekonomis Di Kalangan Ibu Rumah Tangga Kampung Penas. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 3(1), 124-136.
4. Kusumaningrum, F. D. (2014). 12 Aroma Ini Ternyata Membawa Sejuta Manfaat Kesehatan. Retrieved from merdeka.com pada 3 Juli 2023
5. Rahmayanti, S. U. & Sriwidodo (2021). Review Artikel: Tren dan Kemajuan Terbaru Teknologi Kemasan Sediaan Farmasi (Trend and Recent Advance of Pharmaceutical Packaging). *Farmaka*, 19 (1), 26-34.
6. Rosmawati et al. (2021). Pengaruh Jenis Kemasan dan Lama Penyimpanan Terhadap Kualitas Minuman Khas Sinjai (Ires). *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*. 7(1), 79-92.