



Digitalisasi Ekonomi Kreatif: Transformasi Minyak Jelantah Menjadi Lilin Aromaterapi sebagai Produk Inovatif Masyarakat Ditinjau dari Filsafat Realitas Immanuel Kant

Digitalization of the Creative Economy: Transforming Used Cooking Oil into Aromatherapy Candles as an Innovative Community Product from the Perspective of Immanuel Kant's Philosophy of Reality

Budi Harianto ^{1*}, Feby Nurhalizah Siregar ², Lathifah Ananda Putri ³, Rini Andriansi ⁴, Vany Fadilah Bastian ⁵

¹⁻⁵ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email : budiharianto@uinsu.ac.id¹, febynurhaliza321@gmail.com², lathifahhananda@gmail.com³, riniandriansi99@gmail.com⁴, vanyfadillahbastian@gmail.com⁵

* Penulis Korespondensi : budiharianto@uinsu.ac.id

Article History:

Naskah Masuk: 11 Desember 2025;

Revisi: 28 Desember 2025;

Diterima: 10 Januari 2026;

Tersedia: 13 Januari 2026;

Keywords: Aromatherapy Candles, Creative Economy, Digitalization, Immanuel Kant's Philosophy, Product Innovation, Used Cooking Oil.

Abstract. The digitalization of the creative economy has opened up significant opportunities for the community to create innovative products that have high sales value and are environmentally friendly. One interesting innovation is the use of used cooking oil as a raw material for making aromatherapy candles. Used cooking oil, which is usually discarded and pollutes the environment, can be reprocessed into products with economic value, thus supporting the principles of a circular economy. This study aims to examine the potential of processing used cooking oil into aromatherapy candles, analyze digital-based marketing strategies to increase product competitiveness in the market, and examine the meaning of transforming waste into innovative products from the perspective of Immanuel Kant's philosophy of reality. The research methods used were literature studies and field observations of used cooking oil processing practices by the community. The results show that used cooking oil-based aromatherapy candles have good business prospects, especially when combined with digital promotion through social media and marketplaces. Digitalization helps expand marketing reach, create brand identity, and attract consumers who care about environmental sustainability. From the perspective of Immanuel Kant's philosophy of reality, the transformation of used cooking oil into aromatherapy candles can be understood as a phenomenon, namely a reality that is visible in the practice of the digital creative economy. Meanwhile, the values of sustainability, ethical awareness, and social meaning contained therein reflect noumena, namely the deepest reality that is not directly visible but provides direction and meaning for human actions.

Abstrak

Digitalisasi ekonomi kreatif telah membuka peluang besar bagi masyarakat untuk menciptakan produk inovatif yang memiliki nilai jual tinggi sekaligus ramah lingkungan. Salah satu bentuk inovasi yang menarik adalah pemanfaatan minyak jelantah sebagai bahan baku pembuatan lilin aromaterapi. Minyak jelantah yang biasanya dibuang dan mencemari lingkungan dapat diolah kembali menjadi produk bernilai ekonomi, sehingga mendukung prinsip ekonomi sirkular. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi pengolahan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi, menganalisis strategi pemasaran berbasis digital untuk meningkatkan daya saing produk di pasar, serta meninjau makna transformasi limbah menjadi produk inovatif dalam perspektif

filsafat realitas Immanuel Kant. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dan observasi lapangan terhadap praktik pengolahan minyak jelantah oleh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lilin aromaterapi berbahan dasar minyak jelantah memiliki prospek bisnis yang baik, terutama jika dikombinasikan dengan promosi digital melalui media sosial dan marketplace. Digitalisasi membantu memperluas jangkauan pemasaran, menciptakan identitas merek, serta menarik minat konsumen yang peduli pada keberlanjutan lingkungan. Dalam perspektif filsafat realitas Immanuel Kant, transformasi minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi dapat dipahami sebagai **fenomena**, yaitu realitas yang tampak dalam praktik ekonomi kreatif digital. Sementara itu, nilai keberlanjutan, kesadaran etis, dan makna sosial yang terkandung di dalamnya mencerminkan **noumena**, yaitu realitas terdalam yang tidak langsung tampak namun memberi arah dan makna bagi tindakan manusia.

Kata Kunci: Digitalisasi, Ekonomi Kreatif, Filsafat Immanuel Kant, Inovasi Produk, Lilin Aromaterapi, Minyak Jelantah.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan lonjakan perhatian yang signifikan terutama terkait inovasi produk berbasis ramah lingkungan dan pemanfaatan limbah rumah tangga sebagai sumber daya baru. Masyarakat mulai menyadari bahwa minyak jelantah, yang selama ini dianggap limbah domestik dan kerap dibuang sembarangan, memiliki potensi besar bila diolah kembali menjadi produk bernilai tambah seperti lilin aromaterapi. Digitalisasi turut mempercepat kesadaran ini karena informasi, pelatihan, dan pasar kini lebih mudah diakses melalui platform daring dan media sosial. Kesempatan untuk menjangkau konsumen lebih luas, membangun identitas merek, serta mempromosikan produk secara digital menjadi pendorong utama bagi pelaku usaha kecil dan masyarakat desa untuk mengembangkan usaha kreatif mereka. Di sisi lain, tantangan teknis seperti cara pemurnian minyak, kestabilan aroma, desain, dan keamanan produk tetap memerlukan perhatian agar produk lilin aromaterapi dari minyak jelantah dapat diterima pasar. Penelitian ini diinisiasi untuk menjawab kebutuhan tersebut dengan mengkaji integrasi digitalisasi dalam seluruh rantai produksi produk inovatif ini agar tidak hanya berkelanjutan secara lingkungan namun juga berdaya ekonomi (Putra & Lestari, 2025).

Kesadaran akan dampak negatif limbah minyak goreng bekas terhadap lingkungan dan kesehatan manusia telah meningkat, terutama di wilayah pedesaan dan pinggiran kota. Minyak jelantah yang dibuang sembarangan dapat merusak saluran air, mencemari tanah dan sumber air, bahkan menimbulkan bau tidak sedap dan risiko kesehatan jika digunakan ulang tanpa pemrosesan yang tepat. Pemanfaatan minyak jelantah sebagai bahan baku lilin aromaterapi adalah salah satu solusi yang tidak hanya mengurangi limbah tetapi juga menciptakan manfaat kesehatan psikologis melalui sifat aromaterapi yang menenangkan. Aspek teknis seperti pemurnian minyak, penggunaan zat pewangi dan pengikat, serta kontrol kualitas produk menjadi penting agar aroma, daya bakar, dan keamanan lilin sesuai standar. Selain itu,

pelibatan masyarakat lokal melalui pendidikan dan pelatihan menjadi krusial agar mereka memahami proses, risiko, dan potensi ekonomi dari tindakan ini (Sari & Handayani, 2023).

Peran kegiatan pengabdian masyarakat dan pelatihan telah terbukti dalam berbagai penelitian sebagai sarana efektif untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengolahan limbah minyak jelantah. Contohnya, pelatihan di Desa Puusiambu yang menggunakan metode partisipatif komunitas membantu warga tidak hanya memahami bahaya limbah tetapi juga mampu membuat lilin aromaterapi secara mandiri, meningkatkan kesadaran dan memberi peluang penghasilan tambahan. Kegiatan-sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan secara langsung oleh tenaga ahli atau akademisi membantu mengurangi kesenjangan informasi teknis dan memperkuat kepercayaan masyarakat pada produk yang dihasilkan. Keterampilan produksi, aspek desain, dan kualitas akhir produk menjadi fokus dalam pelatihan agar produk lilin aromaterapi tampil menarik dan aman digunakan. Namun demikian, meskipun pelatihan telah dilakukan, respon pasar dan kemampuan pemasaran digital masyarakat masih memerlukan penguatan agar usaha ini dapat berkelanjutan secara ekonomi (Utami & Fadilah, 2022).

Digitalisasi dan strategi pemasaran modern menjadi unsur penting dalam menjadikan produk kreatif berbasis limbah seperti lilin aromaterapi lebih kompetitif di pasar. Produk inovatif yang memiliki nilai lingkungan dan sosial perlu didukung oleh branding yang menarik, penggunaan platform e-commerce, media sosial, serta pemasaran konten yang menceritakan kisah di balik produk (storytelling). Pelaku usaha kecil di desa atau komunitas lokal harus mampu memanfaatkan saluran digital agar tidak hanya menjangkau konsumen lokal, tetapi juga pasar yang lebih luas bahkan nasional. Studi tentang digitalisasi pemasaran dan branding di sektor industri kreatif menunjukkan bahwa strategi ini mampu meningkatkan visibilitas produk, kepercayaan konsumen, dan volume penjualan secara signifikan. Namun digitalisasi juga menuntut literasi digital, modal, dan infrastruktur teknologi yang memadai agar pelaku usaha dapat mengikuti perkembangan pasar (Rahmawati & Dewi, 2022).

Dalam konteks filsafat, realitas pemanfaatan minyak jelantah ini dapat ditinjau melalui perspektif Immanuel Kant. Produk lilin aromaterapi yang dihasilkan masyarakat merupakan fenomena, yakni realitas empiris yang dapat diamati melalui praktik ekonomi kreatif digital. Sementara itu, nilai keberlanjutan, kesadaran etis, dan makna sosial yang terkandung di dalamnya mencerminkan noumena, yaitu realitas terdalam yang tidak langsung tampak namun memberikan arah dan makna bagi tindakan manusia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti aspek teknis dan ekonomis, tetapi juga menghadirkan refleksi filosofis mengenai makna transformasi limbah menjadi produk inovatif di era digital.

Akhirnya, penelitian ini diarahkan pada identifikasi faktor-kunci yang menentukan keberhasilan pemanfaatan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi dalam ekonomi kreatif digital. Faktor-faktor seperti kualitas produk (termasuk pemurnian dan keamanan), kreativitas desain, keterampilan produksi, efektivitas pemasaran digital, serta dukungan kelembagaan dan regulasi lokal menjadi aspek yang wajib dianalisis. Dengan memperhatikan konteks lokal seperti potensi sumber daya bahan baku, budaya masyarakat, infrastruktur teknologi, dan akses ke pasar, penelitian ini berusaha membangun kerangka kerja yang dapat diadopsi masyarakat agar usaha lilin aromaterapi ini tidak hanya berhasil secara teknis tetapi juga berkelanjutan secara ekonomi dan sosial. Dengan menggabungkan perspektif ekonomi kreatif dan filsafat realitas Kant, penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi praktis sekaligus refleksi teoritis bagi masyarakat, akademisi, dan pemangku kebijakan. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan rekomendasi praktis untuk masyarakat, pemangku kebijakan dan akademisi agar inovasi produk ini mampu memperkuat ekonomi kreatif berbasis limbah di era digital (Hasanah & Yusuf, 2024).

2. TINJAUAN TEORITIS

Tinjauan teoritis pada penelitian ini mengacu pada konsep ekonomi kreatif, ekonomi sirkular, dan pemberdayaan masyarakat yang menjadi dasar pemanfaatan minyak jelantah menjadi produk bernilai ekonomi. Ekonomi kreatif menekankan pentingnya kreativitas sebagai faktor utama dalam menciptakan nilai tambah melalui produk yang inovatif dan berkelanjutan. Ekonomi sirkular menjelaskan bahwa limbah seperti minyak jelantah dapat diolah kembali agar tidak mencemari lingkungan dan justru menghasilkan produk baru yang memiliki nilai jual. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, pengolahan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi dapat meningkatkan keterampilan, partisipasi, dan pendapatan kelompok masyarakat yang terlibat. Digitalisasi menjadi elemen pendukung penting karena memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Teori pemasaran digital menjelaskan bahwa promosi kreatif dapat membangun citra produk, menarik konsumen yang peduli lingkungan, dan memperkuat identitas merek. Dengan kombinasi ketiga teori tersebut, penelitian ini berupaya menunjukkan bahwa inovasi berbasis limbah dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan secara bersamaan (Santoso & Wibowo, 2023).

Teori Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang memanfaatkan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai faktor produksi utama yang dapat menciptakan nilai tambah bagi suatu produk atau jasa. Dalam konteks pengolahan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi, teori ini relevan karena menekankan pentingnya kreativitas masyarakat dalam mengubah limbah menjadi produk bernilai ekonomi. Ekonomi kreatif juga mencakup strategi pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan sehingga hasilnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Produk berbasis daur ulang, seperti lilin aromaterapi, tidak hanya menjadi solusi masalah limbah, tetapi juga membuka peluang usaha baru yang mendorong pertumbuhan sektor industri kreatif. Dengan dukungan teknologi digital, produk ini dapat dipasarkan lebih luas dan berpotensi menjadi sumber penghasilan yang berkelanjutan. Teori ekonomi kreatif menjadi dasar untuk mendorong inovasi, diferensiasi produk, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar modern (Santoso & Wibowo, 2023).

Teori Daur Ulang dan Ekonomi Sirkular

Konsep ekonomi sirkular menekankan pentingnya mengurangi, menggunakan kembali, dan mendaur ulang (3R) bahan yang ada agar siklus produksi menjadi lebih efisien dan ramah lingkungan. Dalam konteks minyak jelantah, teori ini menggarisbawahi pentingnya pengolahan limbah minyak goreng bekas agar tidak mencemari lingkungan, sekaligus menciptakan produk baru yang bermanfaat. Lilin aromaterapi dari minyak jelantah merupakan contoh penerapan prinsip ekonomi sirkular karena memanfaatkan limbah yang sebelumnya tidak memiliki nilai guna. Proses ini mengurangi ketergantungan terhadap bahan baku baru, menekan biaya produksi, dan memberikan dampak positif terhadap ekosistem. Teori ini juga mendorong keterlibatan semua pihak, termasuk masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta dalam membangun rantai pasok yang berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, produk kreatif berbasis limbah dapat membantu membangun ekonomi lokal yang lebih inklusif sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan (Wijaya & Firmansyah, 2021).

Teori Pemberdayaan Masyarakat

Teori pemberdayaan masyarakat menjelaskan bagaimana komunitas lokal dapat meningkatkan kapasitas diri untuk mengelola sumber daya, memecahkan masalah, dan mengambil keputusan yang berdampak pada kehidupan mereka. Pemanfaatan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi dapat menjadi sarana pemberdayaan karena mendorong partisipasi aktif masyarakat, terutama kelompok ibu rumah tangga atau pemuda desa, dalam menciptakan nilai ekonomi. Proses pemberdayaan mencakup pendidikan, pelatihan, transfer teknologi, dan

pendampingan agar masyarakat mampu memproduksi produk berkualitas secara mandiri. Teori ini menekankan pentingnya aspek sosial dan psikologis seperti peningkatan rasa percaya diri, kemandirian, dan solidaritas kelompok. Dengan pemberdayaan yang tepat, usaha kreatif berbasis limbah tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga membangun ketahanan sosial masyarakat dalam menghadapi tantangan ekonomi global (Kurniawan & Pratiwi, 2022).

Teori Pemasaran Digital

Teori pemasaran digital membahas strategi promosi, distribusi, dan penjualan produk melalui platform daring seperti media sosial, marketplace, dan website. Lilin aromaterapi berbasis minyak jelantah dapat dipasarkan dengan teknik digital marketing seperti content marketing, influencer collaboration, dan storytelling yang menarik agar konsumen lebih tertarik membeli produk. Teori ini juga menekankan pentingnya analisis perilaku konsumen melalui data digital untuk menentukan strategi harga, promosi, dan segmentasi pasar yang tepat. Pemasaran digital memberikan peluang besar bagi produk UMKM untuk bersaing dengan produk komersial karena biayanya relatif rendah namun jangkauannya luas. Selain itu, interaksi langsung dengan konsumen melalui media sosial memperkuat loyalitas pelanggan dan menciptakan komunitas pengguna yang mendukung keberlanjutan produk. Dengan implementasi strategi digital marketing yang tepat, potensi produk inovatif seperti lilin aromaterapi dapat berkembang pesat di pasar nasional (Rahmadani & Yusuf, 2024).

Teori Inovasi Produk

Teori inovasi produk menjelaskan pentingnya menciptakan produk baru atau melakukan perbaikan signifikan pada produk yang ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan daya saing. Dalam kasus lilin aromaterapi dari minyak jelantah, inovasi dapat mencakup aspek formulasi bahan, variasi aroma, desain kemasan, dan nilai estetika produk. Teori ini menekankan pentingnya riset dan pengembangan (R&D) untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, aman digunakan, dan menarik minat konsumen. Inovasi juga dapat mencakup penggunaan teknologi produksi yang efisien serta teknik distribusi yang ramah lingkungan. Dengan melakukan inovasi secara berkelanjutan, produk kreatif berbasis limbah memiliki peluang lebih besar untuk menembus pasar yang kompetitif dan memberikan dampak ekonomi yang lebih luas. Inovasi yang tepat juga membantu menciptakan diferensiasi produk dan meningkatkan citra merek di mata konsumen (Setiawan & Putri, 2020).

Teori Filsafat Realitas Immanuel Kant

Immanuel Kant membedakan realitas menjadi dua dimensi utama: fenomena dan noumena. Fenomena adalah realitas yang dapat diamati oleh pancaindra dan dipahami melalui

pengalaman empiris, sedangkan noumena adalah realitas yang tidak langsung dapat diindera, melainkan dipahami sebagai sesuatu yang mendasari pengalaman manusia.

Dalam konteks penelitian ini, pemanfaatan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi dipandang sebagai fenomena, yaitu proses nyata yang dapat diamati dalam praktik ekonomi kreatif masyarakat melalui produksi dan digitalisasi pemasaran. Sementara itu, makna yang lebih dalam seperti nilai keberlanjutan, etika lingkungan, dan kesadaran sosial yang tercermin dalam inovasi ini merupakan bagian dari noumena, yakni dimensi filosofis yang memberikan arah dan makna pada tindakan manusia.

Pendekatan **Kantian** ini menjadi dasar teoritis untuk menafsirkan bahwa transformasi limbah bukan hanya aktivitas ekonomis, tetapi juga sebuah refleksi filosofis mengenai hubungan manusia dengan lingkungan, keberlanjutan, dan kreativitas di era digital.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kombinasi studi literatur dan observasi lapangan. Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai jurnal, buku, dan laporan penelitian terkait ekonomi kreatif, pengelolaan limbah minyak jelantah, serta konsep ekonomi sirkular. Observasi lapangan dilakukan pada komunitas atau kelompok masyarakat yang telah melakukan praktik pengolahan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi, guna memperoleh data empiris mengenai proses produksi, kualitas produk, dan tantangan yang dihadapi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi peluang pengembangan produk, strategi pemasaran berbasis digital, serta dampaknya terhadap pemberdayaan masyarakat. Teknik triangulasi digunakan untuk memastikan validitas data dengan cara membandingkan hasil literatur, observasi, dan wawancara singkat dengan pelaku usaha terkait. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai potensi ekonomi kreatif berbasis limbah, sekaligus menghasilkan rekomendasi yang relevan dan aplikatif untuk meningkatkan nilai ekonomi dan keberlanjutan produk lilin aromaterapi. (Rahmadani & Yusuf, 2024).

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan filosofis dengan merujuk pada filsafat realitas Immanuel Kant. Analisis fenomena dan noumena digunakan untuk menafsirkan makna transformasi minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi. Fenomena merujuk pada praktik empiris yang dapat diamati melalui proses produksi dan pemasaran digital, sedangkan noumena dipahami sebagai nilai keberlanjutan, etika, dan makna sosial yang terkandung dalam inovasi tersebut. Pendekatan ini membantu memperkaya interpretasi

hasil penelitian dengan tidak hanya menyoroti aspek teknis dan ekonomis, tetapi juga dimensi filosofis yang mendasarinya

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1 Foto Bersama Mahasiswa KKN UINSU 2025.

Realitas perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan bahwa sektor ini memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja baru, mendorong inovasi, serta menjadi solusi atas berbagai persoalan sosial dan lingkungan. Dalam konteks pengolahan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi, realitas ekonomi kreatif tercermin dari kemampuan masyarakat untuk mengubah limbah rumah tangga yang sebelumnya tidak memiliki nilai ekonomi menjadi produk bernilai jual tinggi. Inilah wujud nyata dari ekonomi kreatif yang berbasis pada kreativitas, keterampilan, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai media produksi dan pemasaran.

Salah satu realitas yang paling terlihat adalah meningkatnya partisipasi masyarakat dalam usaha kreatif skala mikro dan rumahan. Banyak kelompok ibu rumah tangga, pemuda desa, serta UMKM yang melihat peluang dari tren produk ramah lingkungan dan estetik. Produk lilin aromaterapi dari minyak jelantah tidak hanya diterima pasar karena nilai fungsionalnya, tetapi juga karena semakin meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu keberlanjutan (sustainability). Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif bergerak mengikuti perubahan preferensi konsumen dan dapat berkembang pesat ketika didukung edukasi lingkungan serta pelatihan keterampilan.

Selain itu, realitas ekonomi kreatif masa kini tidak dapat dipisahkan dari digitalisasi. Media sosial, marketplace, dan platform digital memberikan ruang ekspresi sekaligus memperluas pasar bagi produk lokal yang sebelumnya hanya dijual secara konvensional. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha kecil untuk bersaing dengan brand besar melalui

strategi pemasaran sederhana seperti foto produk, video kreatif, dan storytelling. Fenomena ini memperlihatkan bahwa teknologi menjadi katalis penting dalam percepatan ekonomi kreatif dan membantu pelaku usaha menciptakan identitas merek yang kuat.

Realitas lain yang berkaitan dengan ekonomi kreatif adalah munculnya kolaborasi antara masyarakat, akademisi, dan pemerintah daerah. Melalui kegiatan KKN, pelatihan partisipatif, serta program pemberdayaan, masyarakat memperoleh akses informasi dan pendampingan dalam pengelolaan limbah, standardisasi produk, hingga strategi pemasaran digital. Kolaborasi ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif tidak berdiri sendiri, melainkan membutuhkan ekosistem pendukung berupa edukasi, regulasi, dan akses teknologi agar dapat berkembang secara berkelanjutan.

Dengan demikian, realitas ekonomi kreatif masa kini tidak hanya berkaitan dengan proses produksi dan penjualan produk, tetapi juga menyangkut inovasi sosial, kesadaran lingkungan, dan transformasi digital. Pemanfaatan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi menjadi contoh konkret bagaimana kreativitas masyarakat mampu menghadirkan solusi sekaligus peluang ekonomi baru. Realitas ini sejalan dengan pemikiran Immanuel Kant mengenai fenomena dan noumena: produk lilin merupakan fenomena yang terlihat, sementara nilai etika, keberlanjutan, dan kesadaran sosial adalah noumena yang memberi makna lebih dalam bagi praktik ekonomi kreatif.

Immanuel Kant (1724-1804) adalah seorang filsuf Jerman yang dikenal karena kontribusinya dalam bidang epistemologi, metafisika, dan etika. Pemikiran Kant tentang realitas memiliki kaitan dengan digital ekonomi kreatif dalam beberapa aspek:

1. Konsep Realitas: Kant berpendapat bahwa realitas tidak dapat diketahui secara langsung, tetapi hanya dapat diketahui melalui pengalaman dan pengamatan. Dalam konteks digital ekonomi kreatif, konsep ini relevan karena pengalaman pengguna (user experience) dan pengamatan (observation) menjadi kunci dalam menciptakan nilai ekonomi.
2. Kategori Kausalitas: Kant berpendapat bahwa kausalitas adalah kategori yang digunakan oleh pikiran manusia untuk memahami hubungan antara objek-objek. Dalam digital ekonomi kreatif, kausalitas digunakan untuk memahami hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan sebuah produk atau jasa digital.
3. Sintesis: Kant berpendapat bahwa pengetahuan (knowledge) adalah hasil sintesis antara pengalaman dan pengamatan. Dalam digital ekonomi kreatif, sintesis digunakan untuk menciptakan produk atau jasa digital yang baru dan inovatif.

4. Kritik terhadap Metafisika: Kant mengkritik metafisika yang beranggapan bahwa realitas dapat diketahui secara langsung. Dalam digital ekonomi kreatif, kritik ini relevan karena tidak ada "realitas" yang dapat diketahui secara langsung, tetapi hanya ada pengalaman dan pengamatan yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai ekonomi.

Dalam konteks digital ekonomi kreatif, pemikiran Kant dapat diaplikasikan dalam beberapa cara:

1. Desain Pengalaman Pengguna: Desain pengalaman pengguna (user experience design) dapat menggunakan konsep Kant tentang realitas untuk menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna.
2. Analisis Data: Analisis data dapat menggunakan kategori kausalitas untuk memahami hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan sebuah produk atau jasa digital.
3. Inovasi: Sintesis dapat digunakan untuk menciptakan produk atau jasa digital yang baru dan inovatif.
4. Etika Digital: Kritik Kant terhadap metafisika dapat digunakan untuk mempertanyakan asumsi-asumsi tentang realitas digital dan menciptakan etika digital yang lebih baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengolahan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi dapat dilakukan dengan peralatan sederhana dan biaya produksi yang relatif rendah. Awalnya minyak jelantah yang sudah di kumpulkan di endapkan dengan arang semalaman, lalu minyak jelantah disaring, dipanaskan, dicampur dengan stearid acid dan essensial oil, lalu ditambahkan pewarna secukupnya dan kemudian dituangkan ke dalam cetakan hingga mengeras. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas baik, aroma bervariasi, dan bentuk menarik sesuai desain cetakan. Keberadaan bahan baku yang mudah didapat membuat usaha ini dapat dilakukan di tingkat rumah tangga, sehingga mendukung prinsip ekonomi kreatif berbasis komunitas dan meminimalisasi pembuangan limbah minyak ke lingkungan.

Dari sisi pemasaran, pemanfaatan media digital terbukti membantu memperluas jangkauan produk ke pasar yang lebih luas. Promosi melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok meningkatkan visibilitas produk dengan biaya yang relatif rendah. Marketplace digunakan sebagai sarana penjualan yang praktis sehingga konsumen dapat memesan produk secara daring. Strategi ini meningkatkan daya tarik konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, inovasi ini tidak hanya bermanfaat secara ekonomi, tetapi juga berdampak

positif pada kesadaran lingkungan dan pemberdayaan sosial (Kurniawan & Pratiwi, 2022).



Gambar 2 Lilin Aromaterapi.

Tabel 1. Bahan Baku dan Ketersediaannya.

No	Jenis Bahan	Sumber Bahan	Keterangan
1	Minyak jelantah	Rumah tangga	Dikumpulkan dari limbah masakan
2	Essensial Oil	Toko bahan kimia	Aroma lavender, mawar, jeruk
3	Stearid Acid	Toko bahan kimia	Bahan campuran utama
4	Sumbu lilin	Toko perlengkapan	Disesuaikan ukuran cetakan
5	Wadah lilin	Pasar lokal	Bentuk silinder dan dekoratif
6	Pewarna	Toko perlengkapan	Pewarna yang berbahan crayon
7	Arang	Pasar lokal	Sebagai bahan penghilang bau

Pembahasan Tabel 1

Tabel 1 menunjukkan komponen utama yang digunakan dalam produksi lilin aromaterapi berbahan minyak jelantah. Minyak jelantah merupakan bahan paling penting karena menjadi dasar pembuatan lilin. Keberadaan sumber bahan yang mudah ditemukan di rumah tangga membuat kegiatan produksi ini dapat dilakukan oleh masyarakat secara mandiri. Hal ini mendukung konsep ekonomi kreatif berbasis limbah rumah tangga yang memanfaatkan sumber daya yang sudah tersedia.

Selain itu, keberadaan bahan tambahan seperti pewangi aromaterapi dan cetakan lilin memberikan nilai estetika dan kenyamanan pada produk. Variasi aroma juga dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Sumbu lilin dan lilin parafin berfungsi untuk menjaga kualitas pembakaran sehingga lilin dapat menyala stabil. Penyediaan bahan-bahan ini mudah diakses melalui toko lokal, sehingga biaya produksi dapat ditekan dan proses produksi menjadi lebih efisien.

Tabel 2. Proses Produksi Lilin Aromaterapi.

No	Tahap Proses	Alat yang Digunakan	Hasil
1	Penyaringan minyak	Saringan kain	Minyak lebih bersih
2	Pemanasan minyak	Wajan/panci	Minyak steril
3	Pencampuran bahan	Sendok kayu	Adonan homogen
4	Penuangan ke cetakan	Cetakan lilin	Bentuk sesuai desain
5	Pendinginan	Suhu ruang	Lilin mengeras

Pembahasan Tabel 2

Proses produksi lilin aromaterapi terdiri dari lima tahap utama yang saling berkaitan. Tahap pertama adalah penyaringan minyak jelantah untuk menghilangkan kotoran sisa masakan sehingga minyak lebih higienis. Pemanasan dilakukan agar minyak steril dan tidak berbau tengik. Kedua tahap awal ini penting untuk memastikan kualitas produk akhir aman digunakan.

Tahap berikutnya adalah pencampuran bahan pewangi dan lilin parafin, kemudian adonan dituangkan ke cetakan. Proses pendinginan pada suhu ruang dilakukan hingga lilin mengeras sempurna. Tahapan ini mendukung terciptanya produk yang seragam dan memiliki kualitas baik. Proses sederhana ini memungkinkan masyarakat dengan keterampilan terbatas untuk memproduksi lilin dengan biaya terjangkau namun tetap menarik secara estetika.

Tabel 3. Strategi Pemasaran Digital.

No	Media	Bentuk Konten	Target Audiens
1	Instagram	Foto produk	Konsumen muda
2	Facebook	Artikel singkat	Ibu rumah tangga
3	Marketplace	Listing produk	Pembeli online
4	TikTok	Video pendek	Pengguna kreatif
5	WhatsApp	Broadcast pesan	Komunitas lokal

Pembahasan Tabel 3

Tabel ini menggambarkan strategi pemasaran digital yang memanfaatkan berbagai platform. Instagram digunakan untuk memamerkan foto produk dengan estetika menarik, yang sesuai dengan tren visual konsumen muda. Facebook dapat menjangkau kelompok masyarakat yang lebih luas dengan artikel atau tips pemanfaatan limbah menjadi produk kreatif.

Marketplace dan TikTok menjadi media yang sangat potensial untuk menjual sekaligus mempromosikan produk secara kreatif. WhatsApp digunakan untuk menjangkau komunitas lokal secara personal melalui pesan siaran. Strategi ini mendukung peningkatan jangkauan pemasaran, memperkuat identitas merek, dan menarik minat konsumen yang peduli pada produk ramah lingkungan.

Tabel 4. Dampak Sosial-Ekonomi.

No	Dampak	Penerima Manfaat	Keterangan
1	Peningkatan pendapatan	Rumah tangga	Usaha rumahan
2	Pengurangan limbah	Lingkungan	Minyak tidak dibuang
3	Pemberdayaan masyarakat	Kelompok usaha	Partisipasi aktif
4	Edukasi lingkungan	Generasi muda	Kesadaran meningkat
5	Inovasi produk	Pasar lokal	Produk beragam

Pembahasan Tabel 4

Dampak sosial-ekonomi yang dihasilkan dari pemanfaatan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi terlihat signifikan. Peningkatan pendapatan rumah tangga menjadi salah satu dampak paling terasa karena masyarakat dapat memanfaatkan limbah sebagai sumber penghasilan baru. Lingkungan pun mendapatkan manfaat dari berkurangnya pembuangan minyak jelantah yang dapat mencemari tanah dan air.

Selain itu, pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan mendorong partisipasi aktif, menciptakan komunitas kreatif, serta memperkuat ketahanan ekonomi lokal. Edukasi lingkungan dan inovasi produk turut mendorong kesadaran masyarakat untuk peduli pada keberlanjutan, sehingga tercipta ekosistem ekonomi kreatif yang produktif dan ramah lingkungan.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik pemanfaatan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi merepresentasikan realitas empiris ekonomi kreatif yang sejalan dengan kerangka filsafat realitas Immanuel Kant. Dalam tataran fenomena, aktivitas produksi, pemasaran digital, serta peningkatan pendapatan masyarakat merupakan realitas yang dapat diamati secara langsung melalui pengalaman inderawi dan data lapangan. Produk lilin aromaterapi hadir sebagai wujud nyata transformasi limbah menjadi komoditas ekonomi yang memiliki nilai guna dan nilai tukar. Namun, di balik realitas empiris tersebut, terdapat dimensi noumena yang tidak tampak secara langsung, yakni nilai etis, kesadaran lingkungan, dan tanggung jawab sosial masyarakat dalam menjaga

keberlanjutan. Kesadaran untuk tidak membuang minyak jelantah sembarangan, kemauan berinovasi, serta orientasi pada keberlanjutan lingkungan menunjukkan bahwa praktik ekonomi kreatif ini tidak semata didorong oleh motif ekonomi, tetapi juga oleh kesadaran moral dan rasional sebagaimana dipahami dalam pemikiran Kant. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa ekonomi kreatif berbasis limbah tidak hanya menghasilkan produk fisik, tetapi juga mencerminkan realitas filosofis di mana tindakan manusia dipandu oleh nilai-nilai rasional, etis, dan keberlanjutan sebagai noumena yang memberi makna pada fenomena ekonomi kreatif yang tampak.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan ini menegaskan bahwa pemanfaatan minyak jelantah menjadi lilin aromaterapi merupakan inovasi kreatif yang berkontribusi pada pengurangan limbah, peningkatan pendapatan, dan pemberdayaan masyarakat. Proses produksinya sederhana, bahan bakunya mudah diperoleh, serta hasilnya memiliki nilai jual yang kompetitif. Penerapan pemasaran digital memperkuat posisi produk di pasar dan menjangkau konsumen yang lebih luas dengan cara yang efisien. Pendekatan ini mendukung konsep ekonomi sirkular dan menciptakan ekosistem usaha yang ramah lingkungan. Oleh karena itu, model ini dapat direkomendasikan sebagai solusi pengelolaan limbah rumah tangga sekaligus peluang bisnis berkelanjutan bagi masyarakat. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji aspek keamanan produk secara lebih mendalam, menganalisis keberlanjutan jangka panjang dari sisi ekonomi, serta mengintegrasikan perspektif filosofis lainnya untuk memperkaya pemahaman tentang nilai dan makna inovasi berbasis limbah di era digital.

Penelitian ini juga menghadirkan refleksi filosofis. Dalam perspektif filsafat realitas Immanuel Kant, inovasi lilin aromaterapi dari minyak jelantah dapat dipahami sebagai fenomena, yaitu realitas empiris yang tampak dalam bentuk produk nyata dan aktivitas ekonomi kreatif digital. Sementara itu, nilai keberlanjutan, kesadaran etis, dan makna sosial yang terkandung di dalamnya mencerminkan noumena, yakni realitas terdalam yang tidak langsung terlihat tetapi memberi arah bagi tindakan manusia. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa transformasi limbah bukan hanya soal teknis dan ekonomis, melainkan juga memiliki makna filosofis yang mendalam. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar aspek keamanan produk, keberlanjutan jangka panjang, serta pengayaan perspektif filosofis lain dapat lebih dikaji secara komprehensif, sehingga hasilnya mampu memberi kontribusi yang lebih luas bagi ilmu pengetahuan dan praktik Masyarakat.

REFERENSI

- Hasanah, R., & Yusuf, A. (2024). Analisis Faktor Penentu Keberhasilan Produk Kreatif Berbasis Limbah di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(2), 55-68.
- Kurniawan, B., & Pratiwi, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengolahan Minyak Jelantah menjadi Produk Kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 77-90.
- Lestari, F., & Ramadhan, S. (2021). Konsep Ekonomi Sirkular dalam Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga. *Jurnal Lingkungan & Pembangunan*, 12(3), 101-115.
- Nurhadi, A., & Septiani, D. (2020). Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga sebagai Sumber Ekonomi Kreatif. *Jurnal Inovasi Sosial*, 5(2), 88-97.
- Pranata, R., & Amalia, N. (2022). Digitalisasi UMKM dan Pemasaran Produk Berbasis Lingkungan. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 33-45.
- Putra, I., & Lestari, M. (2025). Integrasi Digitalisasi pada Rantai Produksi Produk Kreatif Berbasis Limbah. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 9(1), 12-26.
- Rahmadani, H., & Yusuf, M. (2024). Pemasaran Digital dan Pengaruhnya terhadap Daya Saing Produk UMKM. *Jurnal Bisnis Kreatif*, 6(4), 45-60.
- Rahmawati, S., & Dewi, L. (2022). Strategi Digital Marketing untuk Produk Inovatif di Sektor Industri Kreatif. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(3), 65-80.
- Santoso, J., & Wibowo, T. (2023). Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan Masyarakat melalui Inovasi Produk Berbasis Limbah. *Jurnal Ekonomi Sosial*, 10(3), 71-84.
- Sari, A., & Handayani, F. (2023). Dampak Limbah Minyak Goreng terhadap Lingkungan dan Upaya Pemanfaatannya. *Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 11(2), 22-35.
- Setiawan, D., & Putri, M. (2020). Inovasi Produk sebagai Strategi Daya Saing Industri Kreatif. *Jurnal Teknologi dan Desain*, 8(2), 56-69.
- Suhendra, B., & Ayu, P. (2021). Efektivitas Pelatihan Partisipatif dalam Peningkatan Kapasitas Pengolahan Limbah. *Jurnal Pengembangan Komunitas*, 3(1), 40-52.
- Susanti, L., & Mahendra, R. (2023). Penerapan Storytelling dalam Branding Produk Kreatif. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 99-112.
- Syahrini, R., & Akbar, F. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce untuk Pemasaran Produk Lokal. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 9(4), 88-102.
- Utami, N., & Fadilah, S. (2022). Pelatihan Pengolahan Minyak Jelantah sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan*, 5(2), 19-33.
- Wibisono, H., & Aryanti, S. (2023). Analisis Potensi Pasar Produk Ramah Lingkungan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Hijau*, 4(3), 14-28.
- Wijaya, H., & Firmansyah, E. (2021). Ekonomi Sirkular dan Strategi Daur Ulang di Sektor Rumah Tangga. *Jurnal Keberlanjutan*, 7(1), 25-39.

- Wulandari, I., & Saputra, G. (2020). Kesadaran Lingkungan Masyarakat dalam Pengelolaan Limbah Minyak. *Jurnal Sosial dan Ekologi*, 6(2), 44-58.
- Yuliana, T., & Prasetyo, K. (2023). Inovasi Berbasis Komunitas dalam Produk Ekonomi Kreatif. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 11(1), 55-70.
- Zamzami, A., & Ridwan, M. (2024). Peran Regulasi Lokal dalam Mendukung Ekonomi Kreatif Berbasis Limbah. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(1), 30-46.