



ANALISIS PELUANG DAN STRATEGI INOVASI HAMPERS KOSMETIK DAUN SURUHAN DALAM MENINGKATKAN MINAT KEWIRAUSAHAAN

Ika Pranita Siregar^{1*}, Nolis Marliati¹, Christine Ulina Tarigan¹

¹Boga Busana Rias (BOSARIS), Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

*e-mail korespondensi: ika_pranita@uny.ac.id

Abstract (Calibri, 10pt Bold)

This study aims to: (1) analyze the market potential of the herbal cosmetic hampers made from daun suruhan (Peperomia pellucida), (2) identify innovation strategies for developing the herbal cosmetic hampers, and (3) determine the effectiveness of the product's potential and innovation in increasing entrepreneurial interest. The research employs a mixed-method approach, combining qualitative and descriptive quantitative methods. The findings indicate that the market potential for herbal cosmetic hampers is highly promising, as the product offers a strong visual identity, uniqueness, creativity, and innovation compared to other hamper competitors. The innovation strategy includes selecting daun suruhan as the main herbal ingredient because it is easy to obtain and processed traditionally to maintain its natural quality using homemade manual tools. The packaging is designed to be minimalistic, easy to store, unique, and equipped with clear information. The marketing strategies involve direct selling, partnerships, digital marketing, and membership programs. The effectiveness of the product's potential and innovation in increasing entrepreneurial interest is supported by contributions from non-formal education, which accounts for 86,6%. Entrepreneurial interest is influenced more by the social environment (friends, relatives, social media, and others) than by family, at 53,3%. Students also demonstrate strong entrepreneurial motivation at 60%. The herbal cosmetic hampers made from daun suruhan show great business potential, as evidenced by 53,3% of respondents who strongly agree with the product's market prospects.

Keywords: *Peperomia pellucida leaves; hampers; entrepreneurial interest translation*

Abstrak (Calibri, 10pt Bold)

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis peluang pengembangan produk hampers kosmetik herbal berbahan dasar daun suruhan, (2) mengidentifikasi strategi inovasi yang tepat dalam pengembangan hampers kosmetik herbal daun suruhan, serta (3) mengetahui efektivitas peluang dan inovasi produk tersebut dalam meningkatkan minat kewirausahaan. Penelitian menggunakan metode *mix-method* yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang produk hampers kosmetik herbal sangat prospektif karena mampu menghadirkan identitas visual yang kuat, keunikan produk, serta kreativitas dan inovasi yang tidak dimiliki kompetitor hampers lainnya. Strategi inovasi dilakukan melalui pemilihan bahan herbal daun suruhan yang mudah diperoleh dan diolah secara tradisional untuk menjaga kualitas kandungannya dengan peralatan manual *homemade*. Pengemasan menggunakan desain minimalis, mudah disimpan, unik, dan dilengkapi informasi produk yang jelas. Strategi pemasaran meliputi penjualan langsung, kerja sama dengan mitra, digital marketing, serta sistem keanggotaan (*membership*).

Efektivitas peluang dan inovasi produk hampers kosmetik herbal daun suruhan dalam meningkatkan minat kewirausahaan terlihat dari kontribusi pendidikan nonformal sebesar 86,6%. Minat berwirausaha lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan sosial (teman, saudara, media sosial, dan lainnya) dibandingkan pengaruh keluarga, yaitu sebesar 53,3%. Selain itu, mahasiswa memiliki motivasi berwirausaha sebesar 60%. Produk hampers kosmetik daun suruhan juga dinilai memiliki potensi bisnis yang kuat, dibuktikan dengan 53,3% responden yang sangat setuju terhadap peluang bisnis produk tersebut.

Kata Kunci: daun suruhan; hampers; minat wirausaha

Received: 2025-09-25

Revised: 2025-10-25

Accepted: 2025-12-01

1. Pendahuluan

Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Wamenparekraf) menjelaskan, berdasarkan data BPS, rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih sebesar 3,47% atau hanya sekitar 9 juta orang dari total jumlah penduduk. Kendati naik dari 2016 yakni 3,1%. Angka ini masih rendah dibandingkan dengan Singapura yang mencapai 8,5%. Malaysia dan Thailand juga sudah mencapai 4,5%. “Indonesia menargetkan peningkatan persentase mencapai 3,9–4 persen pada tahun 2024. Berdasarkan Global Entrepreneurship Index (GEI), saat ini Indonesia masih menempati urutan ke-75 dari 137 negara dengan skor 26. Pemerintah menargetkan untuk naik ke urutan 60” (Kemenparekraf, n.d.).

Usaha untuk meningkatkan wirausaha di Indonesia maka perlu diciptakan wirausahaan yang kreatif dan inovatif. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi (2022) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif (ekraf) saat ini menjadi lokomotif kebangkitan ekonomi Indonesia. Hal ini dapat dilihat bahwa ekonomi kreatif Indonesia menduduki posisi ketiga terbesar di dunia dengan kontribusi mencapai sekitar Rp1.300 triliun, atau 7,4 persen dari keseluruhan. Salah satu sub sektor dari ekonomi kreatif dan masuk ke dalam PDB Ekonomi kreatif adalah bisnis kriya. Sarsby (2016) menyatakan bahwa kriya atau crafts memiliki ciri khas sesuatu yang dibuat dengan tangan, biasanya sangat dekoratif atau indah secara visual.

Salah satu yang termasuk seni kriya adalah seni dalam membuat bingkisan yang saat ini dikenal dengan istilah hampers atau gift box. Hamper merupakan hadiah atau bingkisan yang erat kaitannya dengan keranjang yang berisikan makanan. Hamper sendiri juga memiliki kesan yang intim dan personal karena dikirimkan bersama kartu ucapan pada hari raya maupun hari-hari spesial (Yurivito, 2019).

Menurut Davina (2020), kebutuhan masyarakat akan hamper ataupun gift box dalam melengkapi hari-hari spesial maupun hari-hari besar sedang meningkat sehingga pertumbuhan pasar bisnis souvenir & hampers di Indonesia semakin hari kian pesat. Perkembangan bisnis hampers yang semakin maju dengan peminat yang semakin meningkat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain untuk memulai bisnis ini tidak memerlukan modal yang besar dimana kebanyakan wirausahaan gagal karena takut tidak bisa bersaing diakibatkan tidak mempunyai modal, berbeda dengan bisnis hampers yang sangat dibutuhkan adalah kreativitas dan inovasi yang tinggi agar diciptakan produk yang memiliki ciri khas tersendiri/unik, unggul, memiliki nilai jual yang tinggi, dan kompetitif. Selain itu bisnis hampers ini merupakan bisnis sepanjang masa karena dipesan setiap saat oleh semua orang yang memiliki momen spesial. Hampers juga banyak dipesan di waktu-waktu tertentu seperti hari besar keagamaan Idul Fitri dan Natal. Pada momen spesial seperti Idul Fitri dan Natal jumlah permintaan konsumen pun meningkat sekitar 30%–50% dari biasanya.

Fenomena ini akan mendorong para pelaku bisnis untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran. Melihat fenomena ini kesuksesan bisnis hampers bukan hanya terkait desain yang bagus namun hal yang terpenting adalah menciptakan keunggulan yang menjadi daya tarik yang dapat memberikan ciri khas dari hampers tersebut. Salah satu tema yang bisa memberikan ciri khas dari hampers adalah pembuatan hampers kosmetik yang berbahan herbal. Inovasi hampers kosmetik herbal dikembangkan berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya yaitu pembuatan produk-produk kosmetik perawatan dengan penambahan natural ekstrak daun suruhan/sirih cina. Seperti diketahui bahwa tanaman daun suruhan dapat digunakan sebagai antiinflamasi, antibakteri, analgesik, dan antioksidan. Di dalam tumbuhan suruh cina memiliki kandungan kimia yaitu flavonoid, alkaloid, saponin, tanin, dan triterpenoid. Senyawa tersebut memiliki manfaat sebagai antimikroba dan antiseptik (Nwokocha, 2012). Dengan demikian tanaman ini sangat potensial dimanfaatkan dalam kosmetik perawatan terutama kosmetik perawatan kulit.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian mix- method yaitu kualitatif dan kuantitatif deskriptif. Jenis pendekatan kualitatif untuk menjawab rumusan masalah 1 dan 2 dan jenis pendekatan kuantitatif untuk menjawab rumusan masalah 3.

Desain penelitian pada penelitian ini adalah dengan melakukan analisis peluang usaha suatu produk hampers dari kosmetik herbal daun suruhan dengan menggunakan metode Teknik STP (segmenting, targeting, dan positioning) untuk mengetahui peluang produk hampers dari kosmetik herbal daun suruhan.

Tabel 1. Desain Teknik *Segmenting*, *Targetting*, dan *Positioning*

<i>Segmenting</i>	a. Ibu-ibu muda b. Ibu rumah tangga c. Ibu pekerja d. Remaja SMP e. Remaja SMA f. Mahasiswi g. Pelaku bisnis kosmetik h. UMKM
<i>Targeting</i>	Masyarakat yang beraktivitas di luar rumah dan terpapar polusi dan radikal bebas di wilayah DIY
<i>Positioning</i>	Produk olahan herbal kosmetik ini akan memasuki pasar dengan merk yang mudah diingat masyarakat: BENING <i>Tagline: Fresh and healthy your skin</i>

Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Vokasi Kampus Wates UNY. Subjek penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang sebenarnya dari tujuan penelitian ini. Sementara itu objek dalam penelitian ini adalah peluang dan prospek wirausaha hampers dari produk hampers dari serangkaian kosmetik herbal daun suruhan oleh mahasiswa Prodi Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Vokasi Kampus Wates UNY.

a. Variabel Penelitian

1) Peluang Usaha

Kata “peluang usaha” terdiri dari dua suku kata yaitu peluang yang artinya kesempatan dan usaha yang artinya upaya dengan berbagai daya untuk mencapai tujuan atau sesuatu yang diinginkan.

2) Inovasi Produk

Inovasi produk sebagai proses introduksi sebuah produk, jasa atau sistem baru yang membawa keberhasilan ekonomi bagi sebuah perusahaan serta membawa kesuksesan sosial bagi konsumen, komunitas atau lingkungan yang lebih luas (Waluyo, 2021). Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi produk adalah salah satu faktor terpenting dalam keberhasilan sebuah perusahaan melalui produk yang diciptakan guna memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan pelanggan.

3) Minat Usaha

Minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui, dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha (Mustofa, 2014). Minat wirausaha muncul karena adanya pengetahuan dan informasi mengenai kewirausahaan yang kemudian dilanjutkan untuk berpartisipasi secara langsung dalam rangka mencari pengalaman dan akhirnya timbul keinginan untuk memperhatikan pengalaman yang telah didapatkan tersebut.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah metodologi pengambilan sampel secara acak dimana

kelompok sampel ditargetkan memiliki minat usaha di bidang kecantikan, memiliki wawasan atau pengetahuan di bidang kecantikan, dan lain-lain. Pengumpulan data melalui 3 cara yaitu: observasi, wawancara, dan kuisisioner

c. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik analisis deskriptif kualitatif untuk menyajikan data dari hasil wawancara dan observasi. Metode analisis data untuk penelitian kualitatif dengan menggunakan: 1) Teknik Reduksi Data dilakukan dengan mencari informasi melalui wawancara dengan pelaku usaha di bidang hampers/gift box, produk kosmetik. Hasil reduksi data adalah ringkasan/rangkuman data sehingga dapat dengan mudah dipahami dan lebih fokus dalam menjelaskan hal-hal pokok yang terkait dengan Segmenting, Targeting, dan Positioning dari produk hampers rangkaian kosmetik dari daun suruhan, 2) Penyajian Data, hasil reduksi data yang telah diringkas dan dirangkum kemudian disusun secara sistematis dan disajikan dengan ringkas dan mudah dipahami sehingga memudahkan dalam menarik kesimpulan dan pengambilan keputusan terkait dengan Segmenting, Targeting, dan Positioning dari produk hampers rangkaian kosmetik dari daun suruhan, 3) Penarikan kesimpulan dilakukan untuk menentukan kesesuaian dan kebenaran kondisi yang sebenarnya di tempat penelitian baik dengan teknik pengambilan data secara wawancara maupun observasi sehingga data yang diperoleh selama penelitian dapat menjawab permasalahan dalam penelitian

Sementara itu untuk mengetahui potensi peluang dan Inovasi dalam hampers dari kosmetik herbal daun suruhan untuk meningkatkan minat kewirausahaan yang diperoleh dari data angket/kuisisioner dilakukan dengan teknik analisis data deskriptif kuantitatif.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Hasil

Rangkaian hasil produk kosmetik daun suruhan yang telah dibuat dalam penelitian sebelumnya diperoleh tiga produk yaitu, 1) lulur dari daun suruhan dengan persentase 7%, 2) sabun mandi padat daun suruhan, dan 3) masker wajah daun suruhan. Ketiga produk tersebut sudah melalui berbagai pengujian fisik dan kimia sehingga ketiga produk sudah memenuhi standar dari SNI untuk masing-masing sediaan sehingga sediaan kosmetik aman untuk digunakan. Rangkaian pengujian sifat fisik dan kimia antara lain, 1) pengukuran pH, dimana pH lulur dan masker menunjukkan rata-rata 5,5 yang sesuai dengan kisaran nilai pH yang terdapat pada SNI 16-4399-1996 sebagai syarat mutu pelembab kulit (4,5-8,0) sehingga lulur krim dan masker yang dihasilkan relatif aman digunakan, 2) uji daya sebar yang dihasilkan dari produk lulur dan masker sudah memenuhi syarat daya sebar untuk sediaan topikal yaitu 5-7 cm, dan 3) Uji daya lekat lulur dan masker wajah menghasilkan daya lekat yang lebih besar dari 4 detik sehingga lulur dan masker dengan penambahan ekstrak serbuk daun suruhan layak digunakan karena memiliki daya lekat lebih dari 4 detik. Sementara itu untuk produk sabun mandi padat dari daun suruhan memiliki pH rata-rata 8 dan pengukuran nilai kadar air pada sabun menggunakan metode gravimetri yang menghasilkan kadar air sebesar 9,19%.

1) Analisis Pemasaran

a) *Product*: serangkaian produk kosmetik perawatan yang berbahan dasar herbal yaitu daun suruhan dengan keunggulan bahwa kosmetika aman digunakan karena menggunakan bahan alami yang sangat minim resiko pemakaiannya. Produk ini dari segi harga sangat terjangkau karena berbahan herbal daun suruhan yang sangat mudah didapatkan di lingkungan sekitar. Dari segi pengolahan sangat mudah karena hanya dengan proses

sortasi bahan, pengeringan, penghalusan dan penyaringan sehingga didapatkan ekstrak bubuk daun suruhan yang siap dicampurkan dalam kosmetik yang ingin dibuat seperti sabun, lulur dan masker.

- b) *Price*: penentuan harga jual sebesar 7.250 dengan markup laba 2.750 = 10.000
c) *Place*: tempat produksi *offline*: Garima Galery (alamat: Plaza UNY Wates lantai 2. *Online*: WA Instagram: Omah Rias Cantika)

Efektifitas peluang dan inovasi hampers dari kosmetik herbal daun suruhan untuk meningkatkan minat kewirausahaan dengan membuat kuisioner untuk melihat minat kewirausahaan. Hasil pengukuran terhadap Potensi peluang dan inovasi pengembangan produk hampers dari kosmetik herbal daun suruhan dalam meningkatkan minat kewirausahaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Tanggapan Responden terhadap variabel Pengetahuan Kewirausahaan

No	Variabel	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
1	Pengetahuan Wirausaha	Saya memiliki kemampuan dalam berwirausaha	20%	60%	20%	-	100%
2		Saya memiliki pengetahuan dan wawasan tentang kewirausahaan dengan belajar sendiri	20%	56,70%	23,30%	-	100%
3		Saya memiliki pengetahuan dan wawasan tentang kewirausahaan karena lingkungan saya memiliki usaha (keluarga atau teman)	40%	40%	20%	-	100%
4		Saya memiliki pengalaman kewirausahaan karena saya memiliki usaha sendiri	20%	56,70%	23,30%	-	100%
5		Saya belajar kewirausahaan melalui pendidikan formal	10%	70%	20%	-	100%
6		Saya belajar kewirausahaan melalui pendidikan non formal	6,70%	86,60%	6,70%	-	100%

Berdasarkan tabel 2 di atas menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel pengetahuan kewirausahaan menunjukkan bahwa pengetahuan, wawasan maupun pengalaman tentang kewirausahaan sebagian besar diperoleh mahasiswa dengan belajar sendiri yaitu sekitar 56,7% responden menjawab Setuju. Sementara itu pengetahuan tentang kewirausahaan diperoleh mahasiswa dari pendidikan formal yaitu sebesar 70% responden menjawab setuju dan diperoleh dari pendidikan non formal sebesar 86,6% responden menjawab setuju. Dari hasil persentase jawaban setuju yang paling besar adalah pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan non formal yaitu sebesar 86,6% yang artinya mahasiswa lebih banyak mendapatkan pengetahuan tentang wirausaha melalui pendidikan non formal. Hal ini disebabkan karena mahasiswa lebih banyak berinteraksi dengan masyarakat luas melalui sosial media, melalui bidang usaha yang dijalankan dan lain-lain.

Tumbuhnya minat kewirausahaan mahasiswa dapat didukung oleh banyak faktor diantaranya dukungan dari keluarga dan masyarakat yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Tanggapan Responden terhadap Dukungan Keluarga dan Masyarakat

No	Variabel	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
1	Dukungan Keluarga dan Masyarakat	Saya berminat berwirausaha dipengaruhi oleh keluarga	23,30%	46,70%	30%	-	100%
2		Saya berminat berwirausaha dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat (teman, saudara, media sosial dan lain-lain)	20%	53,30%	26,70%	-	100%

Berdasarkan tabel 3, di atas menjelaskan tanggapan responden terhadap minat kewirausahaan muncul dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat (teman, saudara, media sosial

dan lain-lain) daripada dipengaruhi oleh keluarga yaitu sebesar 53,3% responden menjawab Setuju, sedangkan mendapat dukungan keluarga sebesar 46,7%. Adapun indikator mahasiswa berminat terhadap kewirausahaan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Tanggapan terhadap Minat Kewirausahaan

No	Variabel	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
1	Minat Kewirausahaan	Saya memiliki motivasi untuk berwirausaha	30%	60%	10%	-	100%
2		Saya lebih tertarik menjadi wirausahawan daripada pegawai negeri/karyawan swasta	30%	50%	20%	-	100%
3		Saya tertarik berwirausaha sehingga setelah lulus kuliah saya akan menciptakan lapangan pekerjaan	43,30%	30%	6,70%	-	100%
4		Saya tidak tertarik berwirausaha karena banyak wirausaha yang gagal/bangkrut mengalami usaha	-	20%	73,30%	6,70%	100%
5		Saya senang berwirausaha karena bekerja bebas tidak seperti karyawan	30%	50%	20%	-	100%
6		Saya senang berwirausaha karena mengembangkan kreativitas dan inovasi	56,70%	43,30%	-	-	100%
7		Saya senang berwirausaha karena selalu mendapatkan ide-ide kreatif dan inovatif	56,70%	43,30%	-	-	100%
8		Saya senang berwirausaha karena dapat mencapai tujuan dan kebutuhan hidup	50%	50%	-	-	100%
9		Saya senang berwirausaha karena meningkatkan karir dan penghasilan	30%	50%	20%	-	100%
10		Saya tidak senang berwirausaha karena banyak rintangan dan tantangan dalam memulai dan menjalankannya	-	73,30%	26,70%	-	100%
11		Saya tidak senang berwirausaha karena malu ketika harus memasarkan produk	20%	10%	70%	-	100%
12		Saya tidak suka berwirausaha karena pendapatannya tidak pasti, tidak seperti pegawai yang mendapatkan gaji tetap	-	13,30%	76,70%	10%	100%

Berdasarkan tabel 4 di atas menjelaskan tanggapan responden yaitu mahasiswa memiliki minat kewirausahaan yang ditunjukkan dengan memiliki motivasi untuk berwirausaha sebesar 60% responden menjawab setuju. Minat mahasiswa terhadap kewirausahaan ditunjukkan oleh mahasiswa lebih tertarik menjadi wirausaha dari pada pegawai negeri/karyawan swasta yaitu sebesar 50% responden menjawab setuju. Mahasiswa juga tertarik berwirausaha, setelah lulus kuliah akan menciptakan lapangan pekerjaan yaitu sebesar 50% responden menjawab sangat setuju.

Indikator lain yang menunjukkan mahasiswa memiliki minat kewirausahaan adalah dari perasaan senang berwirausaha. Mahasiswa senang berwirausaha karena waktu bebas tidak

seperti pegawai kantoran yaitu sebesar 50% responden menjawab sangat setuju. Mahasiswa juga senang berwirausaha karena dapat mengurangi pengangguran sebesar 56,7% responden menjawab sangat setuju.

Tabel 5. Tanggapan Responden terhadap Produk *Hampers* Kosmetik Herbal

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
1	Hampers bukan bisnis musiman dengan memanfaatkan berbagai momen penting dari mulai ulang tahun, lahiran, pernikahan, wisuda yang ada setiap saat	40%	60%	-	-	100%
2	Varian hampers bermacam-macam tergantung tema dan momen	53,30%	46,70%	-	-	100%
3	Dianggap praktis, mudah dan dapat dijangkau secara luas karena pesanan bisa langsung dikirimkan ke alamat tujuan pelanggan	60%	40%	-	-	100%
4	Harga jual yang tinggi karena bukan hanya menilai nominal barangnya saja melainkan kreativitas dan inovasi produknya	46,70%	53,30%	-	-	100%
5	Resiko kerugian kecil karena hampers dibuat berdasarkan pesanan/sistem order	20%	74%	6%	-	100%
6	Produk hampers mempunyai ciri khas tersendiri/unik; tidak pasaran karena dibuat secara custom disesuaikan dengan tema, momen, dan kebutuhan dari pelanggan	30%	64%	6%	-	100%
7	Desain kemasan unik	46,70%	46,70%	6,70%	-	100%
8	Desain kemasan menarik dan variatif dengan aksen pita, kain dan bahan lain sebagai pemanis	53,30%	46,70%	-	-	100%
9	Packaging menarik dan variatif	73,30%	26,70%	-	-	100%
10	Packaging ringan	63,30%	36,70%	-	-	100%

Berdasarkan tabel 5 tanggapan responden Terhadap Produk *Hampers* Kosmetik Herbal dapat disimpulkan bahwa bisnis hampers sangat menjanjikan yaitu ada 60% responden setuju terhadap hampers bukan bisnis musiman dengan memanfaatkan berbagai momen penting dari mulai ulang tahun, lahiran, pernikahan, wisuda yang ada setiap saat sehingga bisnis ini akan tetap ada di setiap saat.

Bisnis hampers sangat memiliki potensi bisnis yang besar dan dapat meningkatkan minat untuk berwirausaha berdasarkan kelebihan yang dimiliki oleh produk hampers ini antara lain Ada sebesar 53,3% responden sangat setuju dengan kelebihan dari produk hampers karena varian hampers bermacam-macam tergantung tema dan momen, ada sebesar 60% responden sangat setuju bahwa produk hampers dianggap praktis, mudah dan dapat dijangkau secara luas karena pesanan bisa langsung dikirimkan ke alamat tujuan pelanggan, dan sebesar 53,3% responden setuju dengan hampers memiliki harga jual yang tinggi karena bukan hanya menilai nominal barangnya saja melainkan kreatifitas dan inovasi produknya, dan ada sebesar 64% responden setuju bahwa produk hampers mempunyai ciri khas tersendiri/unik tidak pasaran karena dibuat secara custom disesuaikan dengan tema, momen, dan kebutuhan dari pelanggan.

Pada aspek desain kemasan produk hampers ada sebesar 46,7% responden setuju bahwa produk hampers daun suruhan memiliki desain yang menarik, dan ada 53,3% responden sangat setuju dengan desain kemasan menarik dan variatif dengan aksen pita, kain dan bahan lain untuk

meningkatkan daya tarik, ada sebesar 73,3% responden sangat setuju dengan Packaging menarik dan variatif, ada sebesar 63,3% responden sangat setuju dengan Packaging produk hampers ringan dan murah, ada sebesar 53,3% responden sangat setuju bahwa produk kosmetik herbal yang aman tidak menimbulkan alergi dan iritasi.

b. Diskusi

Strategi inovasi produk:

1) Bahan

Pada penelitian ini dikembangkan serangkaian produk kosmetik perawatan dari bahan herbal daun suruhan. Adapun pemilihan daun suruhan sebagai bahan aktif dalam produk kosmetik dikarenakan tanaman ini merupakan jenis tanaman liar yang dapat tumbuh dengan mudah tanpa harus memberi perlakuan khusus. Selain itu tanaman ini masih kurang dimanfaatkan sebagai produk kosmetik mengingat masyarakat masih kurang mengetahui khasiat dari daun suruhan ini. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan ibu ketua PKK Dusun Cekelan Kelurahan Margosari Wates Kulon Progo dimana beliau menyatakan belum mengetahui manfaat dari daun suruhan begitupula masyarakat yang ada di sekitar dusun tersebut. Strategi pengembangan produk kosmetik herbal daun suruhan dilakukan karena banyaknya produk kosmetik perawatan yang berbahan dasar kimia yang tidak aman, berpotensi terjadinya efek samping yang tidak diinginkan dan tidak hipo alergenik sehingga dibutuhkan suatu produk kosmetik perawatan yang berbahan herbal alami yang bersifat aman untuk semua jenis kulit, minim efek samping, bersifat hipoalergenik, dan dapat digunakan di segala usia.

2) Pengolahan

Pengembangan produk kosmetik herbal daun suruhan dibuat dengan metode sederhana menggunakan alat manual atau secara tradisional hanya menggunakan peralatan sederhana dan bukan peralatan mesin seperti di industri. Tujuan pembuatan produk kosmetik ini menggunakan metode sederhana secara tradisional untuk menjaga kandungan bahan kimia di dalam produk tidak berkurang bahkan hilang akibat proses pembuatan menggunakan mesin. Selain itu tujuan pembuatan secara tradisional menggunakan peralatan manual homemade yang bisa diakses oleh semua kalangan.

3) *Packaging*

Kemasan Produk kosmetik daun suruhan dibuat minimalis, ringan, unik bisa dijadikan gift, hampers ataupun single produk yang tidak perlu pengaturan pada suhu tertentu. Selain itu kemasan bisa memudahkan pada saat digunakan, didistribusikan dan disimpan. Informasi di dalam label kemasan harus jelas, lengkap, mudah dipahami dan sebisa mungkin memberikan informasi masa kadaluarsa (expire date) walaupun produk ini merupakan produk kosmetik herbal yang dibuat secara tradisional yang bisa memberi estimasi terhadap ketahanan produk. Agar kemasan lebih menarik dan lebih komunikatif dapat dibuat dengan menambahkan kartu ucapan yang unik dan khas, ini merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan nilai jual dari produk.

4) Pemasaran

Strategi pemasaran melalui : a) *Direct Selling* (penjualan langsung) pada setiap event/pameran atau langsung kepada konsumen, b) Konsinyasi dengan mitra (UNY Mart, salon kecantikan, GARIMA, dan berbagai seller kosmetik), c) Digital Marketing melalui media sosial, Instagram, dan tik tok yang menasar pada konsumen remaja dan dewasa, d) Membership. Setiap pembelian dalam jumlah tertentu sudah bisa menjadi member

dengan harga yang menarik, 5) Memilih vendor yang berpengalaman, dan 6) Membuat katalog *offline* dan *online*.

4. Kesimpulan

Analisis peluang hampers kosmetik herbal daun suruhan sangat menjanjikan karena pengembangan produk hampers dari kosmetik perawatan dengan bahan herbal akan memberikan identitas visual, keunikan, kreatif, dan inovatif dibandingkan dengan kompetitor hampers lainnya. Adapun strategi inovasi produk hampers dari kosmetik herbal daun suruhan yaitu pemilihan bahan herbal yaitu daun suruhan yang mudah didapatkan disekitar lingkungan, diolah secara tradisional sehingga menjaga kandungan dari bahan kimia. Peralatan manual homemade bisa dilakukan oleh semua kalangan. Packaging menggunakan kemasan minimalis, mudah disimpan, unik dengan informasi yang jelas. Strategi pemasaran bisa dilakukan dengan penjualan langsung, mitra, digital marketing dan membership.

Efektivitas peluang dan Inovasi dalam hampers dari kosmetik herbal daun suruhan untuk meningkatkan minat kewirausahaan berasal pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan non formal yaitu sebesar 86,6% yang artinya mahasiswa lebih banyak mendapatkan pengetahuan tentang wirausaha melalui pendidikan non formal. Hal ini disebabkan karena mahasiswa lebih banyak berinteraksi dengan masyarakat luas melalui sosial media, melalui bidang usaha yang dijalankan dan lain-lain. Kewirausahaan muncul dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat (teman, saudara, media sosial dan lain-lain) daripada dipengaruhi oleh keluarga yaitu sebesar 53,3%. Mahasiswa memiliki minat kewirausahaan yang ditunjukkan dengan memiliki motivasi untuk berwirausaha sebesar 60%.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Yogyakarta atas dukungan yang diberikan, serta kepada Ibu-Ibu PKK dan masyarakat Dusun Cekelan, Margosari, Wates, Kulon Progo yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian ini. Penghargaan juga disampaikan kepada mahasiswa Prodi Tata Rias dan Kecantikan Fakultas Vokasi UNY atas bantuannya selama pelaksanaan kegiatan. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi turut membantu keberhasilan program ini.

Daftar Pustaka

- Davina, D. (2020). Hampers jadi bisnis silaturahmi saat pandemi corona melanda. *Kompas Bisnis*. <https://www.kompas.tv/article/82116/hampers-jadi-bisnis-silaturahmi-saat-pandemi-corona-melanda>.
- Mustofa, M. A. (2014). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, self efficacy, dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman* (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nwokocha. (2012). Possible mechanism of action of the hypotensive effect of *Peperomia pellucida* and interaction with human cytochrome P450 enzyme. *Medical and Aromatic Plant*. (Catatan: Informasi jurnal, volume, dan halaman tidak tersedia—ditulis sesuai data yang ada.)
- Sarsby, A. (2016). *SWOT analysis*. Spectaris Ltd.
- Soedarso, S. P. (n.d.). *Trilogi seni: Penciptaan eksistensi dan kegunaan seni*. BP ISI Yogyakarta. (Catatan: Karena dua buku digabung dalam satu nomor, saya pisahkan sebagaimana format APA.)
- Waluyo, E. (2021). *Inovasi dan pengembangan produk pangan*. UB Press.

Yurivito, B. (2019). Jangan sampai salah, ternyata istilah parsel dan hamper berbeda. *Kompas Klasika*.
<https://klasika.kompas.id/baca/perbedaan-parcel-dan-hamper/>