BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dengan wilayah pertanian yang sangat luas. Subsektor dari pertanian yang besar potensinya adalah perkebunan. Salah satunya adalah perkebunan kelapa. Perkebunan kelapa tersebut tersebar di beberapa provinsi yang ada di Indonesia. Direktur Perkebunan Nasional (2017), mengatakan yang Indonesia memiliki perkebunan kelapa dan terluas di dunia, dengan luas area mencapai 3,5 juta hektar (ha) dan produksi mencapai 18,3 juta ton buah kelapa, yang berarti sekitar 30% dari total produksi dunia. Sebagai negara yang memiliki perkebunan kelapa terluas di dunia, Indonesia memiliki potensi dan peluang untuk menjadi negara pemimpin dalam hasil olahan kelapa di dunia atau disebut sebagai *price maker*, posisi tersebut saat ini dipegang Filipina.

Salah satu area sektor perkebunan kelapa di Indonesia berada di Pulau Sumatera. Sekitar 30% dari area perkebunan kelapa di Indonesia berada di Pulau Sumatera dengan luas total sebesar 1,1 juta Ha kebun kelapa. Sumatera merupakan wilayah dengan kebun kelapa terluas di Indonesia (Direktur Perkebunan Nasional, 2017).

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi yang terletak di Pulau Sumatera dan merupakan daerah dengan perkebunan kelapa terluas di Indonesia, yaitu sekitar 422.600 Ha. Provinsi Riau mampu memproduksi kelapa sebanyak 391.600 ton yang mana ini menjadikan Provinsi Riau sebagai penyumbang produksi kelapa terbesar di Indonesia dengan menyumbang hampir 8% dari total produksi kelapa di Indonesia (BPS Riau, 2019). Hal Ini membuat Provinsi Riau menjadi daerah yang sangat strategis untuk pengembangan usaha tani kelapa.

Tanaman kelapa dianggap sebagai tanaman yang serba guna, dari akar sampai daunnya bisa diolah dan dimanfaatkan. Akarnya bisa dimanfaatkan untuk membuat obat herbal dan bahan aneka kerajinan tangan. Pokok pohon kelapa dipakai sebagai bahan bangunan dengan mutu menengah, daunnya dapat digunakan sebagai atap rumah, pembungkus makanan dan hiasan dan beberapa kerajinan lain. Selain itu, buahnya juga banyak dikonsumsi sebagai minuman atau sebagai bahan baku pembuat minyak. Daging buah kelapa yang sudah tua juga dimanfaatkan untuk

membuat santan sebagai pelengkap masakan, dan minyak kelapa murni atau *Virgin Coconut Oil* (VCO). Fife (2004) menyatakan bahwa betapa sehatnya jika manusia memakai minyak tersebut sebagai makanan atau memakai sebagai produk kecantikan untuk rambut atau kulit.

FAO (2006) mengungkapkan bahwa VCO adalah produk kelapa bernilai tinggi terbaru yang tendensi permintaan akan terus meningkat, karena market mencari produk yang sehat dan bermanfaatnya bagi manusia, nutraceutical dan sebagai makanan fungsional. Produksi VCO, yang pada saat itu sebagian besar dilakukan di tingkat rumah tangga, skala mikro atau desa, meningkat dengan cepat dan memiliki potensi yang sangat baik untuk meningkatkan pendapatan pertanian kelapa sebanyak lima hingga delapan kali lipat dibandingkan produksi kopra tradisional atau penjualan atau kelapa butir segar.

Perkembangan VCO saat ini tidak lagi hanya dimanfaatkan sebagai minyak goreng saja, tetapi sudah banyak dikembangkan sebagai produk yang memiliki mutu tinggi, seperti dikembangkan dalam dunia industri farmasi, susu formula, dan kosmetik (Hasibuan dkk, 2018). VCO juga mendapatkan popularitas di seluruh dunia karena pembuatannya yang murni tanpa mengandung bahan-bahan kimia, serta pemanfaatan selanjutnya yang menjadi nilai tambah. Secara umum VCO dapat dijadikan sebagai makanan fungsional, karena memiliki kandungan nutrisi yang baik untuk kesehatan dan mengurangi resiko penyakit kronis (Jnanadevan, 2018).

Sepuluh tahun terakhir ekspor VCO mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. VCO cukup diminati karena khasiatnya di Indonesia. Salah satu negara yang menjadi pengekspor VCO terbesar di Indonesia adalah Filipina. Di Filipina konsumen dapat membeli VCO melalui toko-toko obat. Sementara itu, permintaan VCO di India untuk konsumsi domestik maupun ekspor juga terus meningkat, dikarenakan semakin bertambahnya pengetahuan tentang manfaat kesehatan yang terbukti dari produk VCO ini (Retno et al., 2016; Jnanadevan, 2018).

Virgin Coconut Oil (VCO) telah muncul sebagai produk diversifikasi kelapa yang menjanjikan, dengan permintaan pasar dunia yang terus meningkat. Keuntungan VCO adalah dapat diproduksi secara rumahan, tingkat skala mikro oleh desa, dan tingkat skala makro oleh perusahaan (Nair, 2018). Melihat jumlah permintaan VCO dunia yang terus meningkat, serta pembuatannya tidak

memerlukan peralatan yang rumit dan canggih, maka pengolahan VCO ini sangat dimungkinkan untuk dikembangkan, khususnya di Provinsi Riau (Rahman et al, 2016).

Minyak kelapa murni (Virgin Coconut Oil, VCO) merupakan produk yang dihasilkan dari kelapa. VCO merupakan minyak kelapa yang dihasilkan dari sebuah proses ilmiah tanpa menggunakan zat kimia atau bahan sintetik lainnya yang mempunyai efek samping. VCO mengandung beberapa asam lemak rantai sedang diantaranya ialah asam kaprilat (C8) sebanyak 5%-10%, asam kaprat (C10) sebanyak 4,5%-8% dan asam laurat (C12) sebanyak 43%-53% (Setiaji 2006 dalam martius 2008). Penelitian demi penelitian mempublikasikan VCO sebagai sumber nutrisi yang sangat bermanfaat untuk kesehatan, meningkatkan metabolisme, memperbaiki kekebalan tubuh, karena termasuk dalam Medium Chain Fatty Acid (MCFA) atau disebut dengan asam lemak berantai medium.

Perkembangan penggunaan VCO di Pekanbaru mulai marak ketika pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Berbagai obat-obatan herbal banyak dicari masyarakat untuk meningkatkan imunitas tubuh agar terhindar dari virus Covid-19. Salah satu herbal yang menjadi perhatian masyarakat Pekanbaru adalah VCO. Produk olahan kelapa ini menjadi salah satu komoditas unggulan karena dianggap dapat meningkatkan imunitas tubuh. Menurut Airlangga Menteri Koordinator Perekonomian menyatakan bahwa “minyak VCO bisa meningkatkan imunitas tubuh manusia, sehingga dalam kondisi pandemik sekarang permintaannya juga meningkat”. Berdasarkan wawancara di lapangan dengan bapak Muhammad Hafiz, S.Pi selaku pemilik VCO Bertuah menyatakan pemasaran VCO mendapat tantangan karena minimnya pengetahuan masyarakat mengenai manfaat dalam mengkonsumsi VCO. Oleh karena itu, produsen hendaknya lebih memperhatikan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian VCO.

B. Rumusan Masalah

Pekanbaru merupakan salah satu kota yang menjadi pusat perekonomian di Provinsi Riau. Salah satu produk olahan kelapa yang ada di Pekanbaru adalah VCO.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Ada beberapa usaha sejenis VCO di Kota Pekanbaru yaitu: (1) Pekanbaru VCO. (2) Kadedika. (3) Miri Omnia (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Riau,2021).

Salah satu UMKM di Pekanbaru yang bergerak dalam produksi VCO adalah VCO Bertuah. VCO Bertuah merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota pekanbaru. UMKM yang berdiri sejak tahun 2018 ini beralamat di daerah Perumahan Hariguna Blok E20 RT 04 RW 11 Kel. Sidomulyo Barat, Kec. Tampan, Pekanbaru, Riau. UMKM ini bergerak di bidang produksi minyak kelapa murni atau lebih dikenal dengan sebutan VCO (Virgin Coconut Oil). VCO diproduksi dari kelapa segar tanpa melalui pemanasan, penambahan zat kimia ataupun suhu tinggi. Proses produksi VCO BERTUAH dilakukan dengan cara sederhana, menggunakan sarana dan prasarana yang tersedia di rumah. Untuk saat ini proses produksi VCO Bertuah masih dilakukan dalam skala rumah tangga dan sedang dalam tahap uji coba membuat mesin produksi secara sentrifugal.

Berdasarkan data penjualan yang diterima (Lampiran 1), dapat dilihat jumlah penjualan VCO bertuah cenderung fluktuatif. Hal ini terlihat dari total penjualan yang tidak stabil setiap bulannya. Salah satu penyebab dari penjualan yang berfluktuasi ini adalah karena kurangnya pengetahuan konsumen mengenai manfaat produk VCO, ditambah lagi setelah meningkatnya kasus Covid 19 di Indonesia, maka pemerintah melakukan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sehingga terjadi penyekatan di berbagai area. Hal ini mengakibatkan berkurangnya penjualan VCO.

Selain melakukan pengembangan pada produksi, suatu usaha juga perlu memperhatikan pemasaran yang merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan suatu usaha usaha. Pada awalnya VCO Bertuah melakukan promosi melalui pelatihan-pelatihan cara pembuatan VCO, tujuannya adalah untuk memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat mengenai manfaat VCO dan proses pembuatannya. Pelatihan itu dilakukan juga untuk menarik minat dari masyarakat agar tertarik dengan VCO, terutama produk VCO Bertuah itu sendiri. Dengan segala kegiatan positif yang dilakukan oleh VCO Bertuah, tentunya akan terus memberikan energi positif pula bagi VCO Bertuah untuk terus mengembangkan usahanya. Selain itu, konsumen yang pernah membeli ataupun sudah menjadi pelanggan VCO Bertuah ini tentunya tidak hanya menilai dari kegiatan-kegiatan positif yang pernah

dilakukan oleh VCO Bertuah, tetapi juga melihat bagaimana bauran pemasaran yang diberikan oleh VCO Bertuah kepada konsumennya.

Tabel 1. Frekuensi pembelian konsumen di VCO Bertuah (Tahun 2018-2020).

Keterangan	Jumlah Konsumen
Konsumen yang melakukan pembelian ulang	183
Konsumen Yang melakukan pembelian Hanya Sekali	478
Total Konsumen yang melakukan pembelian	661

Sumber : VCO Bertuah, 2021

Dari Tabel 1 diatas,dapat dilihat dari total konsumen VCO Bertuah dari tahun 2018-2020 sebanyak 661 orang, yang melakukan pembelian ulang hanya sebanyak 183 orang (27,69%). Sedangkan 478 orang konsumen (72,31%), hanya melakukan pembelian VCO sekali. Menurut Abdullah (2014) jika produk yang ditawarkan melebihi ekspektasi atau harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas dan melakukan pembelian ulang pada produk tersebut, dan jika produk yang ditawarkan lebih rendah dari harapan konsumen maka konsumen tersebut akan merasa kecewa dan tidak mau melakukan pembelian ulang terhadap produk. Perasaan-perasaan ini akan mempengaruhi apakah konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang dan menyampaikan secara positif atau negatif tentang produk tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, minat beli ulang menjadi aspek yang sangat penting karena menjadi kekuatan dalam mendapatkan pangsa pasar. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemilik VCO Bertuah bahwasannya salah satu alasan konsumen VCO Bertuah tidak melakukan pembelian ulang karena VCO memiliki efek samping seperti sakit perut dan mual setelah mengkonsumsi VCO, dimana ini merupakan efek detoks dari mengkonsumsi VCO. Hal ini tidak diketahui oleh sebagian konsumen VCO Bertuah, hal ini dapat diinformasikan dengan cara disampaikan melalui promosi yang dilakukan oleh VCO Bertuah melalui sosial media. Promosi merupakan salah satu bagian dari *marketing mix*.

Menurut Kotler (2010) menyatakan bahwa *marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Menurut Kotler (2010) bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat. VCO bertuah gencar dalam melakukan promosinya melalui berbagai cara seperti di media sosial dan juga

melalui pelatihan-pelatihan untuk memperkenalkan Manfaat VCO serta cara membuatnya kepada masyarakat, tetapi didalam distribusi produk VCO bertuah mengalami kendala. Berdasarkan survey awal yang dilakukan masalah distribusi itu terjadi dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai manfaat VCO dan sistem kerja VCO didalam tubuh. Dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap harga, kualitas, merek, promosi dan distribusi VCO Bertuah sehingga produsen dapat menilai faktor mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dari hasil penelitian tersebut VCO Bertuah dapat mengembangkan dan menyempurnakan produknya agar lebih memuaskan konsumen sehingga berguna bagi pemasaran kedepannya.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen VCO Bertuah?
2. Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada keputusan pembelian produk VCO Bertuah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui karakteristik konsumen pada VCO Bertuah
2. Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian produk VCO Bertuah

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

   Dengan adanya penelitian dapat menambah pengalaman serta pengetahuan dan wawasan penulis mengenai sikap konsumen terhadap suatu produk.
2. Bagi pemilik usaha

   Dengan adanya penelitian ini pemilik usaha ini dapat mengembangkan lagi produknya agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

3. Bagi Universitas.

   Hasil dari penelitian ini berupa laporan dapat disimpan dan dijadikan referensi untuk adik-adik tingkatan yang akan menyusun proposal nantinya.

4. Bagi pihak lainnya.

   Penelitian ini dapat menjadi bahan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya, selain itu penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi jika ingin meneliti variabel yang ada dalam penelitian.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA