

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Seiring bertambahnya tahun menyebabkan permintaan terhadap minyak atsiri di seluruh dunia terus meningkat seiring dengan perkembangan industri modern, seperti industri parfum, kosmetik, makanan, aroma terapi, dan obat-obatan. (A'yun , 2020). Salah satu komoditas subsektor perkebunan yang dapat menghasilkan minyak atsiri atau yang biasa dikenal dengan nama *Citronella Oil* adalah tanaman serai wangi. Saat ini Minyak atsiri telah menjadi komoditas ekspor yang dikembangkan di Indonesia, mencakup berbagai jenis seperti minyak atsiri dari nilam, akar wangi, pala, cengkeh, serai dapur, serai wangi, kenanga, kayu putih, cendana, lada, dan kayu manis (Farah, 2019).

Dua masalah terbesar terkait minyak atsiri saat ini adalah kualitas yang buruk dan harga rendah serta tidak stabil. Salah satu penyebab rendahnya kualitas dari minyak atsiri adalah buruknya kualitas sumber daya manusia industri minyak atsiri, yang juga memberikan tantangan dan ancaman bagi kelangsungan industri minyak atsiri di masa depan. Karena kualitas minyak serai wangi yang berbeda-beda, harga produk menjadi masalah lain yang kini dihadapi pasar produk di Indonesia. Harga minyak serai wangi saat ini adalah Rp150.000/liter, bervariasi tergantung kualitas minyak yang dihasilkan.

Dengan permasalahan diatas tentunya sangat merugikan petani serai wangi. Namun, jika ditangani dengan benar, minyak atsiri ini menawarkan potensi persaingan yang sangat besar. Karena banyaknya kegunaannya, seperti sebagai bahan penyedap dalam industri makanan, sifat anti bakteri, manfaat kesehatan, dan kemampuannya untuk menginduksi relaksasi, minyak atsiri mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Selain itu, sektor wewangian, kosmetik, farmasi, aromaterapi, dan sabun banyak yang menggunakan minyak atsiri. Sehingga ada sebuah ide untuk menjadikan minyak atsiri serai wangi sebagai bahan dasar dalam pembuatan sabun, sabun padat beraroma minyak atsiri merupakan salah satu produk yang dapat diciptakan. Hal ini dikarenakan sabun mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena manusia perlu membersihkan dirinya sendiri. Sabun mandi padat mengandung senyawa natrium

atau kalium yang berasal dari asam lemak dalam minyak nabati atau lemak hewani, berwujud padat, lunak, atau cair, digunakan sebagai agen pembersih. Ditambahkan pula zat pewangi dan bahan lain yang aman untuk kesehatan (Widyasanti, 2017).

Produk sabun padat dari minyak atsiri ini merupakan produk yang sudah lolos pendanaan P2MW (Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha) 2023 dibawah naungan Kemahasiswaan Dikti, dan juga produk ini telah mewakili Unand untuk KMI (Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia) EXPO di Bali pada November 2023. Namun, sebagai produk baru dan masih dalam kategori tahap awal sehingga terdapat beberapa permasalahan lagi yaitu kendala dalam pemasaran diantaranya masih kurangnya minat beli konsumen terhadap produk ini juga masih sangat rendahnya volume penjualan, maka dari itu diperlukannya strategi yang tepat dalam pengembangan produk sabun padat dari minyak atsiri serai wangi ini.

Dalam strategi pengembangan produk yang dilakukan harus selaras dengan era digital pada saat ini agar perusahaan dapat memperluas jangkuan pemasaran (Harahap, 2020). Kita perlu suatu teknik baru yang modern yang akan digunakan para pelaku usaha dalam menjalankan rintangan dalam dunia usaha (Palmatier dan Sridhar, 2017). Menciptakan produk semenarik mungkin yang didasarkan kepada budaya, pengalaman unik dan promosi merupakan strategi pengembangan produk dan merupakan salah satu komponen yang diperlukan dalam menjalankan bisnis (Harahap, Hurriyati, Gaffar, dan Amanah, 2019). Riset pengembangan dan pemasaran memang harus gencar dilakukan pelaku usaha untuk memperoleh analisis mendalam mengenai keinginan dan kebutuhan pelanggan (Aaker, Kumar, Day, dan Leone, 2009)

Dalam penelitian yang berfokus pada pengembangan produk ini, peneliti menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Inti dari QFD terletak pada pendekatan sistematis yang membantu perencanaan dan pengembangan produk dengan mengidentifikasi persyaratan spesifik preferensi konsumen. Selain itu, QFD berfungsi sebagai alat untuk menilai produk atau layanan secara sistematis untuk memastikan produk atau layanan tersebut selaras dan memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (Arifianto, 2014). Matriks HOQ adalah komponen penting QFD, yang berfungsi sebagai teknik grafis yang menjelaskan korelasi antara apa yang diinginkan konsumen dengan karakteristik produk.

Langkah berikutnya adalah memetakan *Bussines Model Canvas* (BMC) dari produk sabun padat minyak atsiri serai wangi. *Bussines Model Canvas* (BMC) dapat digunakan untuk mengidentifikasi tindakan terbaik untuk menciptakan produk-produk lanjutan (Osterwalder dan Pigneur, 2010). BMC dapat diterapkan secara metodis untuk memahami, merencanakan, dan melaksanakan model bisnis saat ini serta mengembangkan model bisnis baru. Sembilan komponen yang membentuk perusahaan *Bussines Model Canvas* (BMC) merupakan komponen yang saling berhubungan dan penting untuk mengembangkan model perusahaan yang sukses. Sembilan elemen tersebut meliputi *Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structure*.

Metode *Hayami* digunakan untuk menghitung nilai tambah pada langkah berikutnya. Menurut Aramyan (2006), salah satu cara untuk mengukur rantai pasokan dan keberhasilan perusahaan adalah melalui nilai tambah. Pendekatan *Hayami* lebih unggul karena dapat digunakan pada banyak bisnis yang berhubungan dengan rantai pasokan seperti untuk menghitung produktivitas, nilai *output*, dan nilai tambah menggunakan metode ini. Besarnya imbalan yang dibayarkan kepada pemilik faktor produksi juga diketahui.

Selanjutnya dilakukan perhitungan untuk menentukan strategi yang tepat dalam pengembangan produk selanjutnya, menciptakan produk baru yang unik sesuai dengan kebutuhan konsumen yang akan ditentukan dengan metode SWOT. Analisis SWOT ini dapat dijadikan sebagai perbandingan dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman untuk kelanjutan pengembangan sabun padat dari minyak atsiri serai wangi kedepannya.

Berdasarkan pernyataan diatas dan keberhasilan penelitian sebelumnya maka diciptakan konsep “**Strategi Pengembangan Produk Sabun Padat dari Minyak Atsiri Serai Wangi**” sesuai dengan keinginan konsumen dan diharapkan dapat memunculkan aspek inovasi kreatif pada produk.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap sabun padat dari minyak atsiri serai wangi?
2. Membuat model bisnis dalam proses pengembangan sabun padat dari minyak atsiri serai wangi.
3. Berapa nilai tambah yang didapatkan dari proses produksi sabun padat dari minyak atsiri serai wangi.
4. Bagaimana strategi pengembangan sabun padat dari minyak atsiri serai wangi berdasarkan preferensi konsumen.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah :

1. Mengidentifikasi keinginan konsumen terhadap sabun padat dari minyak atsiri serai wangi.
2. Merumuskan model strategi pengembangan produk sabun padat dari minyak atsiri serai wangi.
3. Menghitung nilai tambah dari proses produksi sabun padat dari minyak atsiri serai wangi.
4. Menganalisis strategi pengembangan sabun padat dari minyak atsiri serai wangi berdasarkan preferensi konsumen.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi bagi pihak yang memproduksi sabun berbahan baku minyak atsiri dari serai wangi dengan skala industri maupun rumah tangga. Selanjutnya bagi pembaca dan penulis dapat mengetahui karakteristik bahan baku dalam pembuatan sabun padat dari minyak atsiri serai wangi serta pengembangan produk. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengembangan penelitian-penelitian berikutnya yang terkait dengan perusahaan atau unit usaha.