

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya dengan keanekaragaman hayati serta plasma nutfah tumbuhan yang memiliki potensi sangat bermanfaat apabila diolah dengan semestinya. Indonesia juga menjadi ladang tumbuhnya tanaman penghasil aroma atau wewangian yang menjadi salah satu potensi yang tidak dapat tergantikan. Aroma tersebut menjadi wujud dari kandungan senyawa yang terdapat di dalam tanaman yang biasa disebut sebagai senyawa aromatik minyak atsiri (Yusdar, et al., 2015).

Minyak atsiri merupakan salah satu kandungan dari tumbuhan yang mempunyai nilai vital dalam kehidupan, namun peranannya masih jarang diketahui oleh sebagian manusia, oleh karenanya diperlukan pengetahuan lebih banyak mengenai penggunaan minyak atsiri ini. Minyak atsiri atau yang biasa disebut minyak terbang, minyak etiris atau *essenstial oil* atau minyak aroma, sangat penting penggunaannya sebagai bahan baku dalam berbagai industri, seperti parfum, kosmetik, industri farmasi, *fragrance*, kemudian industri *flavoring agent* maupun industri obat-obatan (Yusdar, et al., 2015)

Indonesia termasuk salah satu negara penghasil utama minyak atsiri di dunia. Terdapat kurang lebih 15 jenis minyak atsiri asli Indonesia yang sudah menjadi komoditi ekspor yaitu minyak sereh wangi (*Citronella oil*), minyak akar wangi (*Vetiver oil*), minyak nilam (*Patchouli oil*), minyak kenanga (*Cananga oil*), minyak cendana (*Sandalwood oil*), minyak pala dan fuli (*Nutmeg and Mace oil*), minyak daun, gagang dan bunga cengkeh (*Clove leaf, stem, bud oil*), minyak lawang (*Cullilawan oil*), minyak massoi (*Massoi oil*), minyak jahe (*Ginger oil*), minyak lada (*Black pepper oil*), minyak gaharu (*Agarwood oil*), minyak terpentin (*Turpentine oil*), minyak kayu putih (*Cajeput oil*) minyak daun jeruk purut (*Kafir lime oil*), sementara di pasar Internasional terdapat 90 jenis minyak atsiri diperdagangkan (Ma'mun, 2006).

Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian pada tahun 2009, Indonesia merupakan negara pemasok bahan baku minyak atsiri dunia, bahkan Indonesia memasok 90% atau sebesar 1600 ton/tahun minyak atsiri jenis nilam

yang diolah oleh negara tujuan ekspor sebagai bahan baku pembuatan parfum. Indonesia memproduksi sekitar 42 jenis minyak atsiri, namun hanya 12 jenis minyak yang telah memenuhi standar ekspor, hal ini menunjukkan bahwa tingkat produksi minyak atsiri dan ketersediaan bahan baku sangat besar, dan hingga saat ini total kapasitas produksi minyak atsiri Indonesia mencapai 5.000 hingga 6.000 ton per tahun dengan jumlah pelaku usaha mencapai 3000 usaha. Di bawah ini disajikan tabel ekspor komoditi sektor nonmigas periode 2011-2015.

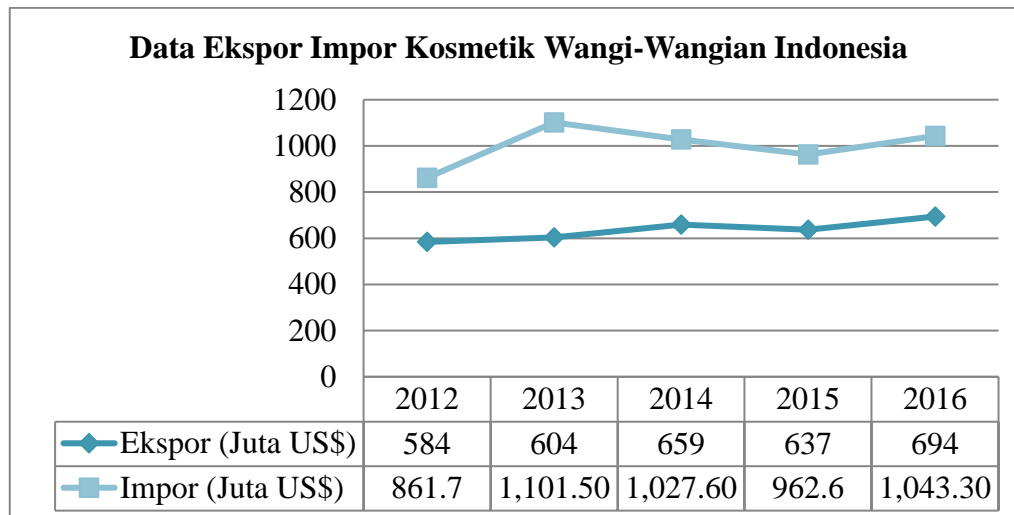
Tabel 1. Ekspor Komoditi Nonmigas Periode 2011-2015

No	Uraian	2011	2012	2013	2014	2015	Tren (%) 2011-2015	Perubahan (%) 2015/2014
1	Minyak Atsiri Kosmetik Wangi-Wangian	591,0	584,0	604,0	659,0	637,0	2,00	-3,00
2	Buah-buahan	435,0	401,0	418,0	655,0	776,0	17,00	18,00
3	Perangkat Musik	536,0	543,0	535,0	577,0	567,0	1,00	-1,00
4	Produk Industri Farmasi	386,0	433,0	442,0	518,0	586,0	10,00	13,00

Sumber: Badan Pusat Statistik, diolah Kementerian Perdagangan (2017)

Ekspor komoditi non migas berupa minyak atsiri kosmetik wangi-wangian pada tahun 2015 menunjukkan angka 637 ton/tahun, yang menunjukkan sebuah peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Besarnya jumlah ekspor menunjukkan banyaknya kapasitas produksi-produksi minyak atsiri di dalam negeri.

Selanjutnya, tingginya kapasitas produksi minyak atsiri tidak sebanding dengan jumlah bahan baku yang berhasil diolah menjadi bahan baku pembuatan parfum atau produk turunan lainnya, terbukti sampai saat ini tingkat ekspor minyak atsiri lebih kecil daripada jumlah produk turunan impor yang masuk ke Indonesia, salah satunya berupa parfum impor. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Perdagangan mengenai Perkembangan Ekspor-Import Non Migas (Komoditi) Periode: 2012-2016 diperoleh data sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Data Ekspor-Impor Non Migas Komoditi Minyak Atsiri, Kosmetik Wangi-Wangian

Sumber: Kementerian Perdagangan (2017)

Berdasarkan data tersebut, Indonesia masih lebih banyak melakukan kegiatan impor dibandingkan ekspor untuk komoditas minyak atsiri, kosmetik dan wangi-wangian. Oleh karena itu diperlukan sebuah solusi untuk menciptakan produk turunan minyak atsiri menjadi parfum berbahan baku lokal dengan dengan teknologi destilasi fraksinasi untuk mendapatkan komponen senyawa fiksatif parfum dan pencampuran minyak atsiri aromatik untuk formulasi parfum. Produk yang telah dibuat kemudian diimplementasikan dalam sebuah bisnis yang dirancang modelnya. Perancangan model bisnis dapat berlangsung selama usaha berjalan dan berinovasi, namun pada penelitian ini perancangan model bisnis dibuat sebanyak 3 kali pengulangan dengan prinsip *Minimum Viable Product (MVP)*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat ditemukan permasalahan yaitu, bagaimana membuat sebuah model bisnis pada usaha pemula *Manner Perfume* yang dibuat dari bahan baku minyak atsiri lokal serta menggunakan senyawa fiksatif *Patchouli Alcohol (PA)* dari hasil fraksinasi minyak nilam. Model bisnis yang diharapkan adalah sebuah model yang dapat memetakan perbedaan dan keunggulan produk dari awal protipe produk pertama hingga produk terakhir yang digambarkan melalui proses perbaikan *Minimum Viable Product* ke dalam bentuk kanvas model bisnis produk dari *Manner Perfume*.

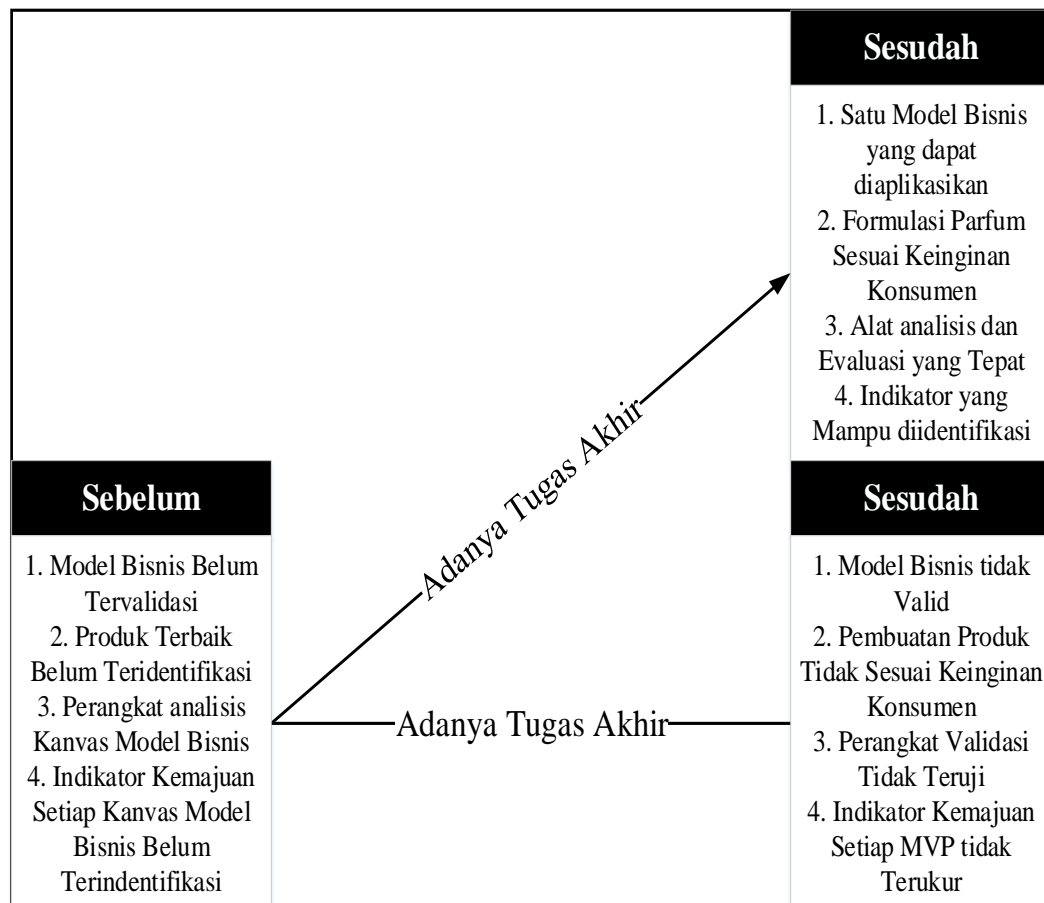
1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir berdasarkan identifikasi masalah di atas adalah mengembangkan model bisnis beserta variabel kelayakan bisnis lainnya pada usaha pemula *Manner Perfume* agar didapatkan sebuah model bisnis yang dapat dijalankan serta mendukung kemajuan usaha turunan minyak atsiri yaitu *Manner Perfume*.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

1. Mengetahui proses validasi yang tepat untuk model bisnis yang digunakan
2. Mendapatkan sebuah model bisnis yang tervalidasi pada usaha pemula *Manner Perfume*.
3. Menerapkan model bisnis yang telah dirancang untuk mendukung perkembangan usaha.

1.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dikategorikan berdasarkan kondisi sebelum dan kondisi yang diharapkan dengan adanya tugas akhir ini, serta kondisi saat tidak dilakukan proses penelitian.

Kondisi usaha pemula *Manner Perfume* sebelum dilakukan tugas akhir yaitu model bisnis banyak namun belum tervalidasi, produk terbaik sesuai keinginan konsumen belum teridentifikasi, lalu perangkat analisis kanvas model bisnis belum ada dan indikator kemajuan setiap *Minimum Viable Product (MVP)* belum teridentifikasi. Kemudian kondisi yang diharapkan dengan adanya tugas akhir ini yaitu adanya sebuah model bisnis yang dapat diterapkan, formulasi parfum sesuai keinginan dan masukan konsumen, lalu alat analisis dan evaluasi yang tepat untuk setiap pengulangan pembuatan kanvas model bisnis dan produk parfum, kemudian adanya indikator yang tepat untuk setiap kemajuan usaha.

Selanjutnya, apabila tidak dilakukan pelaksanaan tugas akhir ini, maka usaha pemula *Manner Perfume* tetap berada pada kondisi model bisnis yang belum valid, pembuatan produk yang tidak sesuai keinginan konsumen, lalu perangkat validasi tidak teruji dan indikator kemajuan setiap MVP tidak terukur.

1.6 Alur Analisis

Alur analisis pada tugas akhir ini mengacu pada penelitian Amrullah *et al* ditahun tahun 2017 untuk proses produksi bahan baku utama parfum yaitu minyak nilam dan senyawa *Patchouli Alcohol (PA)* dari minyak atsiri nilam. Selanjutnya, untuk perancangan model bisnis yang tervalidasi, mengacu pada penelitian Osterwalder dan Pigneur pada tahun 2010, mengenai sebuah kerangka model bisnis yang menekankan pada pembangunan sembilan blok kanvas model bisnis yang dibangun dengan metode *Minimum Viable Product* dan ditetapkan menggunakan perangkat STP (*Segmenting, Targetting, and Positioning*), *Value Proposition Canvas*, *Design Thinking*, *Focus Group Discussion (FGD)*, dan analisis biaya langsung dan tak langsung. Kanvas model bisnis di analisis dengan perangkat SWOT merujuk pada penelitian Amin, et.al tahun 2018 lalu dievaluasi dengan *Blue Ocean Strategy* yang merujuk pada penelitian Rifa'i, et.al tahun 2017 serta dilakukan penilaian sikap, pendapat dan preferensi menggunakan skala Likert yang merujuk pada penelitian Kamila, et.al tahun 2017.