ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA DAN TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP VIRGIN COCONUT OIL (VCO) SITI NURBAYA

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS ANDALAS
UPT PERPUSTAKAAN

OLEH

IKHWANA FAIZAH
00114061

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2008

ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA DAN TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP VIRGIN COCONUT OIL (VCO) SITI NURBAYA

ABSTRAK

Penelitian ini telah dilaksanakan pada Usaha VCO Siti Nurbaya mulai dari bulan Maret 2007 sampai Juni 2007, dengan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perkembangan usaha dan mengetahui tanggapan konsumen terhadap VCO Siti Nurbaya.

Metode yang digunakan adalah deskriptif, dimana usaha VCO Siti Nurbaya dijadikan sebagai sumber data terutama data primer sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas Perkebunan Propinsi Sumatera Barat, Dinas Kesehatan kota Padang, dan literatur yang relevan dengan penelitian ini. Analisa data yang digunakan yaitu analisa kuantitatif, untuk menganalisis perkembangan usaha dari segi modal, produksi, mesin dan peralatan, keuntungan, tenaga kerja dan pemasaran Data yang digunakan adalah data pada periode Oktober 2004 sampai dengan Maret 2007. Selain itu digunakan analisis rasio solvabilitas, rentabilitas dan aktivitas. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap VCO Siti Nurbaya digunakan analisa deskriptif.

Dari hasil penelitian terlihat bahwa perkembangan modal sendiri mengalami penurunan sebesar 8,04%. Jumlah produksi dari periode Oktober 2004 sampai Juni 2006 cenderung naik, namun pada periode April 2006 sampai Maret 2007 mengalami penurunan. Mesin dan peralatan yang digunakan tidak mengalami perkembangan yang berarti. Keuntungan yang diperoleh mengalami penurunan pada periode April 2006 sampai Maret 2007. Jumlah tenaga kerja tidak mengalami perkembangan. Pemasaran menunjukkan kondisi kurang baik terlihat dari jumlah penjualan selalu mengalami penurunan. Rasio solvabilitas berada di atas standar artinya usaha ini dapat memenuhi kebutuhan modal sendiri, rasio rentabilitas cukup baik dimana usaha ini mampu menghasilkan laba yang diinginkan sesuai modal yang diinvestasikan oleh pemiliknya namun jika ditinjau dari rasio aktivitas maka tingkat penjualan yang dilakukan masih rendah. Dari hasil penelitian terhadap konsumen diketahui bahwa dari 30 responden sebanyak 53% mengenal VCO Siti Nurbaya dari keluarga dan teman, 10% dari media iklan, sisanya dari saluran distribusi. 53% mengaku mengkonsumsi karena disarankan orang lain, 47% karena coba-coba. Sekitar 23% responden masih setia mengkonsumsi, dan 57% tidak lagi dengan alasan karena tidak ada khasiatnya. Masalah harga bukan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen karena hanya 20% responden yang menganggap harga tidak sesuai dengan nilai produk.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan nasional karena sektor ini menyerap sumber daya manusia yang paling besar dan merupakan sumber pendapatan bagi mayoritas penduduk Indonesia. Oleh karena itu pemerintah melalui Program Pembangunan Nasional (PROPENAS) tahun 2000-2004 melakukan pembangunan di sektor pertanian terutama pengembangan agribisnis yang bertujuan untuk mengembangkan agribisnis yang mampu menghasilkan produk pertanian termasuk produk perkebunan dan kehutanan yang berdaya saing, meningkatkan nilai tambah bagi masyarakat pertanian khususnya bagi petani dan nelayan kecil, memperluas kesempatan kerja dan berusaha di pedesaan, mengembangkan ekonomi wilayah dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional (Badan Pusat Statistik Sumbar,2001).

Komoditas kelapa merupakan salah satu komoditas unggulan provinsi Sumatera Barat. Produksi kelapa Sumatera Barat beberapa tahun terakhir cenderung mengalami peningkatan, bahkan pada tahun 2004 produksi kelapa mencapai 75.046 ton dimana seluruhnya merupakan perkebunan kelapa rakyat (Lampiran 1). Namun permasalahan dari komoditas ini tidak hanya sebatas jumlah produksi saja, tetapi produk yang dihasilkan masih terbatas pada bentuk primer sehingga tidak kompetitif.

Kelapa sering disebut tanaman kehidupan karena sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia. Hampir semua bagian tanaman kelapa memberikan manfaat bagi manusia. Beberapa produk dari kelapa antara lain minyak kelapa, santan kelapa, gula kelapa, lidi, janur kelapa, minuman segar dari air kelapa dan daging kelapa.Di lain pihak, peran kelapa akan semakin besar bila ditrinjau dari industri non pangan seperti industri sabut, arang aktif, oleokimia dan industri kerajinan tangan. Minyak kelapa merupakan sembilan bahan pangan pokok yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari sehingga olahan kelapa untuk minyak kelapa mempunyai peran yang paling besar (Palungkun, 2003).

Selama ini pengolahan minyak kelapa di Sumatera Barat masih dilakukan secara tradisional dengan pemanasan santan. Proses pengolahan minyak kelapa dengan cara ini kurang menguntungkan petani kelapa disebabkan karena minyak yang dihasilkan cepat berbau tengik. Hal ini disebabkan karena dengan pemanasan dapat terbentuk senyawa-senyawa metil aldehid dan metil keton yang berbau kurang sedap (Syukur, 2004). Proses pengolahan kelapa yang juga lazim dilakukan petani kelapa Sumatera Barat adalah dengan mengeringkan daging buah kelapa menjadi kopra. Cara pengolahan seperti ini juga kurang menguntungkan petani karena margin keuntungan yang lebih besar justru berada pada pihak pengusaha. Ini disebabkan karena petani hanya sebatas menghasilkan kopra, sementara proses pembuatan minyaknya dilakukan di pabrik pengolahan minyak kelapa.

Untuk meningkatkan nilai tambah minyak kelapa dan meningkatkan kesejahteraan petani, maka kelapa harus diolah secara lebih baik dan dapat dilakukan sendiri oleh petani. Salah satunya adalah minyak kelapa murni *(Virgin Coconut Oil)*. *Virgin Coconut Oil (VCO)* adalah minyak kelapa yang dibuat tanpa perlakuan kimia dan dengan meminimalkan penggunaan panas atau tanpa pemanasan sama sekali (Syukur, 2004).

Ada banyak cara untuk memperoleh VCO. Pada prinsipnya adalah dengan merusak kestabilan emulsi santan. Pemecahan emulsi dapat dilakukan dengan cara fisis, cara khemis, cara mikrobiologis atau gabungan dari ketiga cara tersebut. Cara fisis seperti penambahan minyak pancingan dan sentrifugasi, dengan cara khemis seperti penambahan asam dan enzim sedangkan dengan cara mikrobiologis seperti dengan penambahan ragi (Syukur, 2004).

Sosialisasi VCO saat ini tengah dilakukan di berbagai tempat karena memiliki potensi pasar yang menjanjikan. Tingginya harga jual VCO dan pasarnya yang terus meningkat disebabkan banyaknya khasiat jenis minyak yang satu ini, antara lain dapat melangsingkan tubuh, memperbaiki metabolisme tubuh dan menetralisir kadar gula darah bagi penderita diabetes, serta mengobati berbagai penyakit lain bahkan yang mematikan seperti HIV (Kompas, 2004).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian terhadap usaha VCO Siti Nurbaya ini dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada periode 2005-2006 perkembangan modal mengalami penurunan sebesar 8,04 %. Jumlah produksi berdasarkan permintaan pasar dari triwulan 1 sampai dengan 6 jumlah produksi cenderung naik, namun untuk triwulan 7 sampai 10 mengalami penurunan. Mesin dan peralatan yang digunakan sederhana, dari tahun ke tahun tidak mengalami perkembangan yang berarti. Keuntungan yang diperoleh dari usaha ini cenderung menurun pada empat triwulan terakhir karena mulai berkurangnya permintaan konsumen terhadap produk ini, Jumlah tenaga kerja tidak mengalami peningkatan pada tahun 2006 dan terjadi pengurangan tenaga kerja pada tahun 2007. Pemasaran juga menunjukkan kondisi kurang baik yang terlihat dari jumlah penjualan yang selalu mengalami penurunan.

   Pada sisi keuangan perusahaan, rasio solvabilitas berada diatas standar yang berarti usaha ini tidak melakukan peminjaman kepada pihak lain sehingga tidak perlu membayar bunga pinjaman kepada kreditur. Rasio rentabilitas usaha ini sudah cukup baik karena mampu menghasilkan laba yang diinginkan sesuai dengan modal yang diinvestasikan oleh pemiliknya dan untuk rasio aktivitas tingkat penjualan yang dilakukan oleh usaha ini masih rendah.

2. Tanggapan konsumen terhadap VCO Siti Nurbaya ini bermacam-macam. Sebanyak 53 % mengenal VCO dari keluarga dan teman, hanya 10 % dari media iklan, sisanya dari saluran distribusi. Sekitar 53 % konsumen mengaku mengkonsumsi VCO Siti Nurbaya karena disarankan oleh orang lain, 47% karena coba-coba. Dari semua responden hanya sekitar 23 % yang masih setia mengkonsumsi sekitar 57 % tidak lagi mengkonsumsi dengan alasan terbesar karena tidak terasa khasiatnya (37%).

DAFTAR PUSTAKA

Azima, Fauzan.2004.Prospek Pengembangan Minyak Kelapa Murni (Virgin Coconut Oil). Makalah pada Workshop dan Pelatihan Virgin Coconut Oil dalam rangka Lustrum X Fakultas Pertanian Universitas Andalas di Pariaman 29 November 2004.

Badan Pusat Statistik Sumbar.2001.Sumbar dalam Angka Tahun 2001.Padang.

Kadarsan, W. Halimah. 1995. Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis. PT. Gramedia. Jakarta.

Kotler, Phillip.1994. Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian). Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kotler, Phillip dan Gery Amstrong.1997. Manajemen Pemasaran. Penerbit PT. Prenhalindo. Jakarta.

Kumalaningsih, S.2005. Pakar Bicara Minyak Perawan. Trubus Edisi Juni 2005. Jakarta.

Munawir. 1991. Analisa Laporan Keuangan. Liberty. Yogyakarta. Edisi IV.

Ovika, Popy.2005. Analisa Tanggapan Konsumen Terhadap Sayuran Organic produksi Kawasan Agribisnis Sayuran Menuju Pertanian Organic (KASO) di nagari Aie Angek kec. X Koto kab. Tanah Datar. Skripsi pada Fakultas Pertanian.Universitas Andalas Padang.

Palungkun, Rony. 2003. Aneka Produk Olahan Kelapa. Penebar Swadaya. Jakarta.

Setiaji, B.2005. Singkap Khasiat VCO. Trubus Edisi Juni 2005. Jakarta.

Sibuea, P. 2004. Virgin Coconut Oil, Penyembuh Ajaib Dari Buah Kelapa. Koran Tempo, 22 Desember 2004.

Simamora, Bilson. 2001. Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. PT. Gramedia Pusataka Utama. Jakarta.

Subanar, Harimurti. 1993. Manajemen Usaha Kecil. BPFE. Yogyakarta.

Sugiyono. 1999. Metode Penelitian Bisnis. CV. Alphabeta. Bandung.