

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber daya alam hayati Indonesia yang luar biasa menjadikannya salah satu negara megabiodiversitas. Keanekaragaman flora dan fauna yang tersebar di seluruh wilayah kepulauan Indonesia telah memberikan kontribusi besar terhadap berbagai sektor kehidupan, terutama di bidang pertanian, kehutanan, kesehatan, dan industri. Di antara ribuan jenis tumbuhan yang tumbuh subur di tanah Indonesia, terdapat berbagai spesies tanaman yang memiliki potensi sebagai sumber minyak atsiri atau minyak esensial. Minyak atsiri ini telah lama dimanfaatkan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, mulai dari kebutuhan rumah tangga, pengobatan tradisional, hingga sebagai bahan baku utama dalam industri farmasi, kosmetik, dan aromaterapi. Salah satu tanaman penghasil minyak atsiri yang sangat menjanjikan adalah tanaman kayu putih (*Melaleuca leucadendra*), yang secara alami dapat tumbuh dengan baik di berbagai wilayah Indonesia, terutama di wilayah-wilayah beriklim tropis dan subtropis (Alam et al., 2019).

Tanaman kayu putih tergolong sebagai hasil hutan non-kayu (HHNK), yang berarti komoditas ini tidak diambil dari batang utama pohon melainkan dari bagian lainnya, seperti daun dan ranting, sehingga budidaya dan pemanfaatannya dapat dilakukan secara berkelanjutan tanpa merusak kelestarian hutan (Mumtazy et al., 2021). Potensi ekonomi dari tanaman ini sangat besar karena menghasilkan minyak

kayu putih, sebuah produk bernilai tinggi yang diperoleh melalui proses penyulingan (destilasi) daun dan ranting tanaman tersebut. Minyak ini mengandung senyawa aktif seperti cineole (eucalyptol) yang memiliki sifat antibakteri, antivirus, antiinflamasi, serta efek terapeutik lainnya yang sangat dibutuhkan dalam berbagai aplikasi kesehatan. Selain itu, aroma khas minyak kayu putih juga menjadikannya sebagai komoditas penting dalam industri wewangian dan perawatan tubuh.

Lebih jauh lagi, nilai tambah dari tanaman ini tidak hanya terletak pada aspek pengobatan, tetapi juga pada potensi pengembangan industrinya yang luas. Sebagai produk yang dapat diproses secara lokal, minyak kayu putih membuka peluang besar bagi masyarakat desa dan pelaku usaha kecil-menengah untuk terlibat dalam rantai pasok produksi, mulai dari penanaman, pemanenan, hingga penyulingan dan distribusi. Dengan pengelolaan yang tepat dan strategi pemasaran yang efektif, minyak kayu putih dapat menjadi produk unggulan daerah yang tidak hanya mendukung ketahanan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat posisi Indonesia di pasar minyak atsiri dunia. Oleh karena itu, pengembangan sektor ini memerlukan perhatian serius baik dari pemerintah, pelaku usaha, maupun akademisi agar potensi besar yang dimiliki tanaman kayu putih dapat dimaksimalkan secara optimal dan berkelanjutan.

Sejak lama, orang Indonesia telah menggunakan minyak kayu putih dalam kehidupan mereka. Dalam berbagai budaya lokal, minyak ini dipercaya memiliki khasiat penyembuhan dan digunakan secara rutin sebagai penghangat tubuh, pereda

gejala flu, hingga sebagai pelengkap dalam perawatan bayi dan lansia. Selain itu, nilai kultural minyak kayu putih cukup tinggi karena sering dipakai dalam ritual tradisional dan pengobatan alternatif. Di era modern, eksistensinya tidak luntur, bahkan berkembang sebagai komoditas dengan nilai jual tinggi yang dimanfaatkan tidak hanya sebagai obat luar, tetapi juga dalam industri aromaterapi, spa, dan parfum.

Permintaan masyarakat terhadap minyak kayu putih terus mengalami peningkatan seiring dengan berkembangnya gaya hidup sehat serta kecenderungan kembali ke pengobatan herbal. Sayangnya, kebutuhan nasional akan minyak kayu putih belum sebanding dengan kapasitas produksi dalam negeri. Data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) tahun 2019 menunjukkan bahwa kebutuhan nasional mencapai 4.500 ton per tahun, sementara produksi lokal hanya sekitar 2.500 ton. Kesenjangan ini menyebabkan Indonesia, yang notabene adalah negara asal tanaman kayu putih, masih harus mengimpor produk tersebut dari negara lain untuk mencukupi permintaan domestik.

Ironisnya, meskipun tanaman ini dapat tumbuh subur di berbagai wilayah di Indonesia, kontribusi sektor produksi dalam negeri belum optimal. Hal ini mencerminkan adanya tantangan dalam rantai produksi dan distribusi, mulai dari budidaya, penyulingan, hingga strategi pemasaran. Salah satu daerah yang berpotensi besar dalam pengembangan tanaman kayu putih adalah Kabupaten Lamongan, khususnya di Kecamatan Sambeng. Daerah ini memiliki iklim dan

kondisi geografis yang mendukung pertumbuhan kayu putih secara alami. Sebagian besar masyarakat di wilayah tersebut bahkan telah menanam kayu putih sebagai komoditas utama yang hasilnya dijual ke unit-unit penyulingan lokal.

CV Tegal Arum Barokah merupakan salah satu pelaku usaha penyulingan minyak kayu putih di Desa Candisari, Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan. Sejak didirikan pada tahun 2015, CV ini berkembang menjadi produsen utama di wilayahnya. Bahan baku yang diperoleh dari petani sekitar diolah melalui proses penyulingan dan hasilnya dipasarkan ke berbagai segmen, mulai dari konsumen langsung, instansi pemerintah seperti Perhutani, hingga pabrik-pabrik pengolahan lanjutan. Perusahaan ini telah memainkan peran penting dalam mendukung ekonomi lokal dan turut serta menjaga kontinuitas produksi minyak kayu putih di Lamongan.

Namun demikian, data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur (2022) menunjukkan adanya fluktuasi signifikan dalam produksi minyak kayu putih. Produksi sempat meningkat dari 177.430 kg pada tahun 2018 menjadi 308.924,27 kg pada tahun 2021, namun kembali menurun drastis menjadi 209.511,27 kg pada tahun 2022. Penurunan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat; minimnya adopsi teknologi modern; serta lemahnya strategi pemasaran dan distribusi. Tanpa upaya strategis yang terintegrasi, industri minyak kayu putih di daerah ini akan sulit berkembang dan bersaing secara optimal di pasar.

Menghadapi situasi tersebut, diperlukan strategi pengembangan yang komprehensif untuk memperkuat posisi kompetitif produk minyak kayu putih di pasar. Menurut penelitian Ernawati et al. (2021), penguatan dalam aspek produksi, permodalan, manajemen, serta pemasaran merupakan kunci dalam mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah. Selain itu, faktor eksternal seperti regulasi pemerintah, perkembangan teknologi, serta preferensi pasar juga perlu diperhitungkan secara cermat dalam menyusun strategi daya saing. Perusahaan seperti CV Tegal Arum Barokah harus mampu membaca peluang dan tantangan dari lingkungan internal maupun eksternal guna meningkatkan nilai tambah dan keberlanjutan usahanya.

Dengan mempertimbangkan pentingnya peran strategis sektor ini, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi daya saing minyak kayu putih di CV Tegal Arum Barokah. Penelitian ini juga bermaksud menyusun alternatif strategi pengembangan yang tepat guna mendorong peningkatan produksi dan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional. Diharapkan hasil dari studi ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya revitalisasi industri minyak kayu putih di daerah serta menjadi acuan dalam perumusan kebijakan dan strategi bisnis yang lebih adaptif dan inovatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dalam latar belakang, terdapat berbagai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam industri minyak kayu putih, termasuk oleh CV Tegal Arum Barokah yang beroperasi di Desa Candisari, Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan. Untuk dapat bersaing di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif, baik secara lokal maupun regional, perusahaan perlu memahami secara menyeluruh kondisi lingkungan usaha yang memengaruhi kinerjanya. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada pertanyaan-pertanyaan kunci berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang berasal dari lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi daya saing produk minyak kayu putih yang diproduksi oleh CV Tegal Arum Barokah?
2. Strategi alternatif apa yang dapat dirumuskan dan diterapkan oleh CV Tegal Arum Barokah agar mampu meningkatkan keunggulan kompetitif produknya dan memperkuat eksistensi di pasar minyak atsiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang mendalam sekaligus memberikan kontribusi praktis terhadap pengembangan usaha CV Tegal Arum Barokah dalam industri minyak kayu putih. Secara lebih rinci, tujuan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengeksplorasi dan menganalisis berbagai elemen internal dan eksternal yang memiliki pengaruh terhadap kekuatan daya saing produk minyak kayu putih yang dihasilkan oleh CV Tegal Arum Barokah.
2. Untuk menyusun dan merekomendasikan serangkaian strategi pengembangan alternatif yang dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan posisi bersaing CV Tegal Arum Barokah secara lebih adaptif dan berorientasi masa depan.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan, baik dari segi praktik maupun teori, dalam konteks pengembangan industri minyak atsiri, khususnya minyak kayu putih. Hasil dari penelitian ini tidak hanya dimaksudkan untuk menjawab persoalan strategis yang dihadapi oleh CV Tegal Arum Barokah, tetapi juga menjadi rujukan bagi berbagai pihak yang terlibat dalam pengembangan sektor usaha kecil menengah (UKM) berbasis sumber daya alam lokal. Secara umum, manfaat penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen CV Tegal Arum Barokah

Penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya dalam menentukan arah pengembangan dan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan diharapkan dapat membantu manajemen dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha, sehingga

mampu meningkatkan daya saing di tengah ketatnya persaingan industri minyak kayu putih.

2. Bagi Mahasiswa dan Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa, khususnya di bidang agribisnis dan manajemen usaha kecil dan menengah (UKM), dalam memahami dinamika pengelolaan dan strategi bisnis pada sektor penyulingan minyak kayu putih. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya.

3. Bagi Pemerintah Daerah dan Lembaga Terkait

Temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi instansi pemerintah, terutama dalam merumuskan kebijakan pengembangan sektor kehutanan non-kayu dan industri minyak atsiri lokal. Informasi yang disajikan dapat membantu dalam perencanaan program pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal.

4. Bagi Pelaku Usaha Minyak Atsiri

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai tantangan dan potensi usaha penyulingan minyak kayu putih, sehingga bisa menjadi bahan evaluasi atau inspirasi bagi pelaku usaha lain yang ingin mengembangkan bisnis serupa.

1.5 Batasan Istilah

Dalam rangka memperjelas ruang lingkup penelitian dan menghindari ambiguitas dalam penafsiran konsep yang digunakan, berikut ini disajikan batasan istilah atas beberapa istilah kunci yang relevan dengan topik penelitian:

1. Strategi Daya Saing

Strategi daya saing adalah suatu pendekatan terstruktur yang dirancang oleh organisasi atau entitas bisnis untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Strategi ini mencakup upaya sistematis dalam membangun keunikan nilai produk atau layanan, memperkuat posisi di pasar, serta mempertahankan keberlangsungan bisnis melalui optimalisasi kekuatan internal dan respons terhadap tantangan eksternal. Dalam konteks UKM, strategi ini sangat penting guna menjamin eksistensi di tengah persaingan pasar yang semakin kompleks dan dinamis.

2. Minyak Kayu Putih

Minyak kayu putih merupakan produk turunan dari tanaman *Melaleuca leucadendra* yang dihasilkan melalui teknik penyulingan (distilasi) terhadap daun dan rantingnya. Sebagai salah satu jenis minyak atsiri, minyak ini mengandung senyawa eukaliptol (cineole) yang memiliki khasiat farmakologis, seperti antimikroba, analgesik, dan dekongestan. Penggunaannya sangat luas, meliputi keperluan medis, terapi aromatik, kosmetika, serta sebagai komponen dalam produk-produk rumah tangga.

3. CV Tegal Arum Barokah

CV Tegal Arum Barokah adalah sebuah entitas usaha berbentuk persekutuan komanditer (CV) yang fokus pada kegiatan produksi dan penyulingan minyak kayu putih secara tradisional dan semi-modern. Perusahaan ini berlokasi di Desa Candisari, Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Berdiri sejak tahun 2015, usaha ini menjadi salah satu pelaku utama dalam industri minyak atsiri lokal dan memainkan peranan penting dalam mengelola hasil hutan non-kayu yang tersedia melimpah di wilayah tersebut.

4. Faktor Internal

Faktor internal mengacu pada variabel-variabel yang berasal dari dalam lingkungan organisasi dan dapat dikelola atau dikendalikan langsung oleh manajemen perusahaan. Faktor-faktor ini meliputi aspek operasional seperti mutu produk, efisiensi produksi, sistem distribusi, strategi pemasaran, kapasitas sumber daya manusia, serta manajemen keuangan. Identifikasi dan optimalisasi faktor-faktor internal menjadi dasar dalam perumusan strategi kompetitif yang efektif.

5. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah elemen-elemen yang berada di luar kontrol langsung perusahaan namun memiliki pengaruh yang substansial terhadap kinerja dan keberlanjutan bisnis. Faktor ini mencakup perubahan kebijakan dan regulasi pemerintah, tren sosial dan budaya masyarakat, perkembangan

teknologi industri, kondisi ekonomi makro, serta intensitas persaingan di pasar. Analisis terhadap faktor eksternal diperlukan untuk memahami peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi oleh perusahaan di masa mendatang.

