

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Indonesia sebagai negara dengan iklim tropis memiliki keanekaragaman flora, termasuk berbagai tanaman dan rempah-rempah. Salah satu di antaranya adalah pohon cengkeh yang sering disebut "pohon seribu manfaat." Di Bali, khususnya di Desa Pelapuan, Kecamatan Busungbiu, Kabupaten Buleleng, pohon cengkeh menjadi salah satu komoditas penting bagi mata pencaharian masyarakat.

Selain buahnya yang dikenal memiliki beragam khasiat, kini daunnya yang dulu kerap berserakan sebagai sampah kini mulai bisa dimanfaatkan sebagai bahan baku minyak. Minyak daun cengkeh adalah minyak hangat yang di hasilkan dengan cara di suling atau dengan cara tehnik distilasi uap menggunakan ketel besar. Minyak daun cengkeh sering dipilih karena kemampuannya dalam meredakan berbagai masalah kesehatan, seperti nyeri otot, sakit gigi, hingga sebagai pengusir nyamuk alami. Selain itu, keberadaan cengkeh di Desa Pelapuan membuat produk ini relatif mudah diakses. Namun, meskipun memiliki banyak manfaat, pemahaman dan minat beli masyarakat terhadap minyak daun cengkeh masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan penelitian Patmawati, dkk. (2022) Indonesia dikenal sebagai salah satu penghasil utama Minyak Daun Cengkeh di tingkat global. Tanaman cengkeh (*Syzygium aromaticum*) merupakan salah satu sumber minyak atsiri atau essential oils yang memiliki potensi besar di Indonesia. Tanaman ini menghasilkan tiga jenis

minyak atsiri, yaitu minyak cengkeh (*clove oil*), minyak tangkai cengkeh (*clove stem oil*), dan minyak daun cengkeh (*clove leaf oil*). Di Provinsi Bali, khususnya di Desa Pelapuan, Kecamatan Busungbiu, Kabupaten Buleleng, cengkeh umumnya diperdagangkan dalam bentuk bunga kering. disebabkan oleh, pengolahan minyak daun cengkeh masih sangat terbatas, lantaran proses produksinya membutuhkan modal yang besar dan tempat yang strategis. Selain bunga cengkeh, minyak daun cengkeh memiliki potensi besar sebagai komoditas unggulan Desa Pelapuan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan pendapatan daerah. Tanaman cengkeh berumur 6,5-8,5 tahun mampu menghasilkan bunga basah sebanyak 3 kg per pohon per tahun serta daun gugur hingga 26 kg per pohon per tahun, atau setara dengan 2,6 ton per hektar per tahun (dengan populasi 100 pohon per hektar). Berdasarkan penelitian Sasongko dkk. (2022), seluruh bagian tanaman cengkeh mengandung minyak atsiri, yang dibutuhkan dalam berbagai industri sebagai bahan baku pembuatan penyedap makanan, minuman, parfum, kosmetik, dan farmasi.

Desa Pelapuan memiliki potensi besar dalam produksi cengkeh, yang merupakan salah satu komoditas unggulan di daerah tersebut. Desa Pelapuan merupakan kawasan yang sangat cocok untuk budidaya pohon cengkeh karena memiliki kondisi geografis yang mendukung serta iklim yang sesuai. Faktor-faktor alam tersebut menciptakan lingkungan yang ideal bagi pertumbuhan cengkeh, memungkinkan tanaman ini tumbuh subur dan menghasilkan kualitas yang optimal. Tetapi pemahaman masyarakat dalam mengelola sumber daya alam, khususnya tanaman cengkeh, sebagai upaya meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan mereka masih terbatas.

Di Banjar Dinas Satria, Desa Pelapuan, terdapat sebuah pabrik penyulingan minyak daun cengkeh bernama UD Dharma, yang telah beroperasi sejak tahun 2011. Sebagai salah satu pabrik penyulingan terbesar di Bali, khususnya di Buleleng, UD Dharma tidak hanya fokus memproduksi minyak daun cengkeh sendiri, tetapi juga menjadi tempat pengepulan utama. Beberapa penyulingan lain yang berada di Kabupaten Buleleng turut menjual hasil olahan mereka ke perusahaan ini. Pabrik ini memiliki lokasi yang sangat strategis, tidak hanya karena letaknya yang dekat dengan sumber mata air, tetapi juga karena akses menuju area tersebut tergolong mudah. Hal ini memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam menjalankan operasionalnya dengan lebih lancar dan efisien. Keberadaan sumber mata air yang melimpah di sekitar pabrik sangat mendukung proses produksi, terutama dalam proses penyulingan minyak daun cengkeh yang memerlukan pasokan air dalam jumlah cukup. Selain itu, kemudahan akses transportasi memungkinkan proses distribusi bahan baku maupun hasil produksi dapat dilakukan secara lebih efektif, baik untuk memenuhi kebutuhan internal perusahaan maupun dalam mendukung kegiatan pemasaran.

Dalam memperoleh bahan baku, UD Dharma bekerja sama dengan berbagai pemangku bisnis dan para petani yang berada di daerah sekitarnya. Sistem pasokan yang telah dibangun ini memastikan ketersediaan bahan baku yang stabil, sehingga perusahaan dapat mempertahankan produktivitas dan kualitas minyak yang dihasilkan. Dengan pendekatan ini, UD Dharma tidak hanya mendukung kelangsungan bisnisnya sendiri, tetapi juga berkontribusi dalam menggerakkan roda perekonomian masyarakat sekitar yang bergerak di bidang serupa.

Meskipun minyak daun cengkeh memiliki berbagai manfaat yang bernilai tinggi, hasil survei dan observasi di lapangan menunjukkan adanya beberapa kendala dalam penjualannya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya permintaan konsumen terhadap produk minyak daun cengkeh yang dihasilkan oleh UD Dharma. Dimana pabrik ini bisa memproduksi minyak daun cengkeh sebanyak 3.000-3.500kg tetapi di tahun 2024 jumlah penjualan maksimalnya sebesar 2.666kg. Akibat dari permintaan yang belum optimal ini, perusahaan yang berlokasi di Desa Pelapuan ini harus mencari alternatif pasar dengan mengirim produk mereka ke Pulau Jawa. Langkah ini menjadi strategi utama yang diterapkan untuk menjaga stabilitas usaha dan memastikan keberlanjutan operasional perusahaan di tengah persaingan pasar. Meskipun ekspor ke Pulau Jawa telah menjadi solusi sementara, upaya peningkatan daya tarik produk minyak daun cengkeh di pasar lokal masih perlu terus dilakukan. Diperlukan strategi pemasaran yang lebih efektif serta edukasi kepada masyarakat mengenai manfaat minyak daun cengkeh, baik dalam sektor kesehatan, kecantikan, maupun industri lainnya. Dengan demikian, diharapkan permintaan terhadap produk ini dapat meningkat secara signifikan, sehingga industri penyulingan minyak daun cengkeh di Desa Pelapuan dapat berkembang lebih pesat dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat setempat. Adapun jumlah penjualan minyak daun cengkeh pada tahun 2024 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1
Penjualan Minyak Daun Cengkeh Tahun 2024

Bulan	Jumlah penjualan(kg)
Juli	2.666
Agustus	2.786
September	2.764
Oktober	2.073

Sumber: Dewa Oka, UD Dharma, Wawancara pribadi

Pada tahun 2024, penjualan minyak daun cengkeh mengalami fluktuasi yang cukup signifikan dari bulan Juli hingga Oktober. Pada bulan Juli, jumlah penjualan tercatat sebanyak 2.666 kg. Kemudian, di bulan Agustus, angka ini meningkat menjadi 2.786 kg, menunjukkan kenaikan sekitar 4,5% atau sebesar 120,9 kg. Meskipun peningkatannya tidak terlalu besar, hal ini tetap mencerminkan tren pertumbuhan positif. Selanjutnya, pada bulan September, penjualan sedikit menurun menjadi 2.764 kg, yang berarti terjadi penurunan sekitar 0,8% atau sebesar 22,4 kg dibandingkan dengan bulan Agustus. Meskipun ada penurunan kecil, angka penjualan ini menunjukkan stabilitas pada tiga bulan pertama. Namun, penjualan pada bulan Oktober mengalami penurunan yang lebih tajam, turun menjadi 2.073 kg. Penurunan ini mencapai 25% atau sebesar 691 kg dibandingkan bulan September, dan merupakan penurunan paling signifikan dalam periode tersebut. Penurunan ini kemungkinan besar disebabkan oleh beberapa factor salah satunya adalah kualitas produk dan promosi.

Jadi, penjualan minyak dari bulan Juli hingga Oktober mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Pada bulan Juli, total penjualan tercatat sebesar 2.666 kg. Namun, memasuki bulan Oktober, angka penjualan menurun menjadi 2.073 kg, yang berarti terjadi penurunan sebesar 22,24% dibandingkan bulan Juli. Penurunan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti perubahan permintaan pasar,

ketersediaan produk, atau kondisi produksi yang memengaruhi distribusi. Tren ini menunjukkan perlunya evaluasi lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penurunan tersebut dan apakah ada pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli minyak dan cengkeh ini.

Minat beli di definisikan sebagai kecenderungan perilaku yang muncul dari individu yang berperan sebagai calon konsumen, yang secara sadar menunjukkan keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk tertentu. Keinginan ini didasari oleh berbagai pertimbangan seperti preferensi pribadi, persepsi terhadap manfaat yang ditawarkan produk, serta ekspektasi pengalaman yang akan diperoleh dari penggunaannya (Kotler & Keller, 2016). Selaras dengan pendapat tersebut, Ferdinand (2016) mengemukakan bahwa minat beli konsumen merupakan bentuk dorongan psikologis dan ketertarikan yang timbul dalam diri seseorang, yang mengarah pada keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk atau jasa tertentu. Dengan kata lain, minat beli mencerminkan sejauh mana seorang konsumen menunjukkan keinginan yang kuat untuk memiliki dan menggunakan suatu produk, sehingga indikator ini sering dijadikan sebagai acuan dalam mengukur potensi pembelian konsumen.

Dalam kaitannya dengan produk minyak daun cengkeh, minat beli konsumen sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor penting, terutama yang berkaitan dengan kualitas produk dan efektivitas promosi yang dilakukan oleh produsen atau pemasar. Produk dengan kualitas yang baik, misalnya, lebih mampu menciptakan kepercayaan konsumen serta memberikan kepuasan yang lebih tinggi terhadap harapan mereka. Sebaliknya, kualitas yang rendah dapat menurunkan minat beli meskipun strategi promosi sudah dilakukan. Selain itu, promosi yang

efektif, baik melalui media tradisional maupun digital, mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk di mata konsumen. Strategi komunikasi yang tepat sasaran akan membentuk persepsi positif, menumbuhkan rasa penasaran, serta memicu niat untuk mencoba dan pada akhirnya membeli produk tersebut. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli sangat penting dalam merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan berdaya saing tinggi.

Kualitas minyak daun cengkeh sangat dipengaruhi oleh kondisi bahan bakunya. Semakin kering daun cengkeh, semakin baik pula kualitas minyak yang dihasilkan. Sebaliknya, jika daun masih dalam kondisi lembap, minyak yang dihasilkan cenderung memiliki kualitas yang kurang optimal. Namun, perusahaan UD Dharma selalu mengutamakan standar kualitas tinggi dalam setiap proses produksinya. Hal ini dilakukan untuk memastikan produk yang dihasilkan tetap berkualitas serta menjaga keberlangsungan usaha mereka di masa mendatang. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan suatu produk untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Sementara itu, Oentoro (2012) menjelaskan kualitas produk sebagai suatu ukuran yang mencakup ketahanan produk, yang bisa dilihat dari lama waktu penggunaannya, keandalannya, keawetannya, ketepatan fungsi, serta kemudahan dalam hal penggunaan dan pemeliharannya. Selain itu, kualitas produk juga mencakup atribut lain yang memberikan nilai lebih bagi konsumen. Menurut Tjiptono, seperti yang dikutip oleh Utami dan Saputra (2017), kualitas produk merupakan sebuah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk dan layanan,

proses, serta lingkungan yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen.

Sejalan dengan penelitian Haqiqi & Adji(2021) mengatakan bahwa kualitas produk sangat memengaruhi secara positif pada tingkat minat beli konsumen secara relevan. Namun berbeda dengan penelitian Saputra, dkk. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

Sistem penjualan minyak daun cengkeh di perusahaan ini masih mengandalkan metode tradisional, di mana transaksi dilakukan melalui interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Pabrik ini belum menerapkan strategi promosi modern, namun tetap mempertahankan pendekatan personal dalam proses penjualannya. Menurut Kotler dan Armstrong (2019), promosi adalah kegiatan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan keunggulan produk kepada konsumen dengan tujuan meyakinkan mereka agar melakukan pembelian. Adapun tujuan promosi adalah agar konsumen tertarik mencoba produk baru, mengajak mereka untuk beralih dari produk pesaing, menarik konsumen dari produk yang sudah laris, serta mendukung dan memberi penghargaan bagi konsumen yang setia. Tondang (2019) mengungkapkan, promosi didefinisikan sebagai komunikasi persuasif satu arah yang bertujuan untuk membimbing calon konsumen atau organisasi guna mendorong permintaan. Sementara itu, Irawan (2020) menyatakan bahwa promosi adalah upaya untuk mengenalkan sesuatu yang kurang dikenal menjadi sesuatu yang lebih dikenal oleh masyarakat.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat di simpulkan sejalan dengan penelitian Puspitasari, dkk. (2023) menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Minat Beli. Begitu juga dengan penelitian Andarista, dkk. (2022) dengan hasil menunjukkan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Tetapi berbanding terbalik dengan penelitian Rismaya, dkk. (2021) yang mengatakan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli

Dengan demikian, dapat diidentifikasi bahwa terdapat sejumlah permasalahan, mulai dari rendahnya permintaan konsumen terhadap minyak daun cengkeh, hingga ketidaksesuaian antara realitas dan kondisi yang diharapkan. Selain itu, terdapat perbedaan hasil penelitian sebelumnya mengenai dampak kualitas produk dan promosi terhadap minat beli. Oleh karena itu, penelitian ini diusulkan dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Minyak Daun Cengkeh di UD Dharma Desa Pelapuan."**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di paparkan di atas, maka dapat diidentifikasi adanya berapa permasalahan sebagai berikut:

1. Terjadinya ketidakstabilan penjualan minyak Daun Cengkeh pada bulan juli-oktober tahun 2024.
2. Terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi minat beli produk minyak Daun Cengkeh.
3. Adanya ketidakkonsistenan dari hasil penelitian sebelumnya terkait dengan pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli minyak Daun Cengkeh di UD Dharma.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang dan indentifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah yang di ajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli minyak Daun Cengkeh di UD Dharma Desa Pelapuan?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli minyak Daun Cengkeh di UD Dharma Desa Pelapuan?
3. Apakah kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap minat beli minyak Daun Cengkeh di UD Dharma Desa Pelapuan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan indentifikasi masalah serta pembatasan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat beli minyak Daun Cengkeh di UD Dharma Desa Pelapuan.
2. Menguji pengaruh promosi terhadap minat beli minyak Daun Cengkeh di UD Dharma Desa Pelapuan.
3. Menguji pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli minyak Daun Cengkeh di UD Dharma Desa Pelapuan.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini di harapkan memberikan manfaat, adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan memberikan berbagai manfaat dan pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya dalam hal yang paling berkaitan dengan kualitas produk , dan promosi. Hasil penelitian ini juga di harapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan bayangan terkait kualitas produk dan promosi terhadap minat beli , sebagai informasi yang berguna bagi para pelaku pasar khususnya perusahaan yang memproduksi Minyak Daun cengkeh.

