

# ANALISIS EKONOMI USAHA VIRGIN COCONUT OIL

Oleh: Cahyorini Kusumawardani  
Jurusan Pendidikan Kimia, Universitas Negeri Yogyakarta  
Email: cahyorini.k@uny.ac.id

## A. Pendahuluan

Minyak kelapa murni atau biasa disebut VCO (singkatan dari *Virgin Coconut Oil*) yang telah terbukti bermanfaat bagi kesehatan, saat ini mulai banyak dicari orang untuk menyelesaikan permasalahan kesehatan. Selain juga didukung tren yang berkembang mengenai makanan kesehatan sekarang ini mulai mengarah kepada bahan-bahan yang berasal dari alam dan murni. Apalagi bagi orang-orang yang mempunyai ketergantungan tinggi terhadap obat-obat kimia dan merasa tidak ada perubahan. Dalam banyak publikasi, VCO telah terbukti mampu mengatasi dan membantu menyembuhkan berbagai macam penyakit seperti diabetes, darah tinggi, hepatitis, maag, kista indung telur bahkan jantung koroner. Hal tersebut membuka suatu peluang usaha untuk memproduksi VCO dan memasarkannya ke masyarakat, apalagi bahan baku kelapa yang berkualitas mudah diperoleh dan murah. Proses pembuatannya juga mudah dan tidak memerlukan peralatan yang rumit dan canggih, bahkan bisa dilakukan sebagai industri rumah tangga. Selain menghasilkan VCO, hasil samping dan limbah produksi VCO bisa dimanfaatkan juga sebagai peluang bisnis lain seperti:

- sabut kelapa dibuat keset atau bahan baku jok mobil
- tempurung kelapa bisa diolah menjadi peralatan rumah tangga dan bahan bakar arang
- air kelapa diolah menjadi nata de coco
- ampas perasan santan sebagai bahan isian kayu lapis
- santan menjadi VCO
- lapisan minyak di bawah VCO digunakan sebagai minyak goreng
- endapan minyak kelapa bisa diolah menjadi makanan atau kuah gudeg

Peluang usaha yang sangat menjanjikan dan permintaan masyarakat yang semakin meningkat membuat pebisnis ramai-ramai mencuri start untuk memproduksi VCO sehingga dalam kurun waktu singkat berbagai macam merek dan kualitas VCO telah beredar di pasaran. Ibarat medan perang, para pengusaha bertarung mengusung merek masing-masing. Berbagai teknologi ditawarkan demi menghasilkan minyak perawan bermutu, sebut saja teknik pancingan, fermentasi, penambahan asam dan lain-lain. Bagi perusahaan besar, mereka tak segan menggandeng lembaga penelitian untuk menguji produk agar mutunya prima. Tak jarang beberapa produsen mencantumkan lembaga penelitian sebagai jaminan bahwa produknya bermutu.

Dari berbagai penelitian terhadap VCO, asam laurat didaulat berperan penting. Berpedoman pada hasil tersebut, para produsen berlomba menghasilkan produk berkadar asam laurat tinggi. Di pasaran, VCO beredar dengan kadar asam laurat yang bervariasi antara 44 – 55 %.

## **B. Alasan Memilih Suatu Produk VCO**

Membanjirnya merek VCO di pasaran membuat konsumen banyak pilihan, sehingga produsen VCO harus benar-benar paham tentang keunggulan dan kelebihan VCO serta strategi memasarkan produknya. Ada beberapa hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk VCO, tentu saja setiap konsumen pasti menginginkan VCO yang berkualitas. Hal-hal tersebut harus diketahui oleh produsen dan informasi tersebut bisa diketahui oleh konsumen di produk VCO yang mereka pasarkan, antara lain :

### *1. Kualitas VCO*

Konsumen di Indonesia terpaku pada kadar asam laurat sehingga mereka menganggap VCO yang berkualitas harus mempunyai kadar asam laurat yang tinggi. Memang semakin tinggi kadarnya semakin bagus VCO, tetapi yang rendah pun –40%– bukan berarti jelek. Idealnya, kandungan asam laurat di dalam VCO di atas 47%. Orang sehat sebetulnya tidak membutuhkan asam laurat dari VCO, sebab menu sehari-hari sudah mengandung asam-asam lemak termasuk asam laurat. Konsumsi langsung biasanya diperlukan oleh orang sakit. Tetapi bagi orang sehat yang aktivitasnya lebih tinggi dari energi yang dimiliki perlu untuk mengkonsumsi VCO.

Secara fisik, VCO yang bagus berwarna putih bening seperti air dan jernih. Selain itu beraroma harum dan rasa bisa diterima serta tidak tengik. Tengik terjadi akibat proses oksidasi karena tingginya kadar air dalam VCO, semakin tinggi kadar air maka VCO semakin cepat tengik. Di samping itu, protein yang masih tersisa juga bisa memicu ketengikan bila melebihi ambang batas, 0,5 %. Di dasar botol VCO kadang terdapat butiran kecil, halus dan putih yaitu protein yang mengendap akibat penyaringan tak sempurna. Protein merupakan sarana mikroba untuk tumbuh sehingga menyebabkan ketengikan. Endapan lain yang mungkin timbul di dasar botol biasanya berwarna cokelat yang merupakan partikel lemak yang tidak berbahaya.

Banyaknya protein dalam VCO dapat diketahui dari endapan berupa butiran kecil, halus dan putih tersebut. Cara memunculkan endapan mudah, VCO dimasukkan lemari es hingga warnanya berubah. Setelah dikeluarkan dari lemari es, maka beberapa saat kemudian VCO akan kembali ke bentuk semula. Saat itulah biasanya endapan muncul. Sedangkan untuk melihat kadar air, dapat dilakukan dengan mengocok-ngocok VCO di dalam botol. Jika gelembung-gelembungnya bertahan lama untuk naik, maka kadar airnya rendah. Sebaliknya jika kadar airnya tinggi, gelembungnya cepat naik. Uji lain dapat dilakukan dengan mendinginkan VCO pada suhu rendah, dalam ruangan berpendingin. Jika VCO mudah membeku maka kemurniannya lebih bagus, sebab di bawah suhu 25°C minyak kelapa murni sudah membeku tetapi jika kadar airnya tinggi proses pembekuan menjadi lebih lama.

## 2. Proses pengolahan VCO

Proses pengolahan VCO layak diketahui calon konsumen, sebab teknologi juga mempengaruhi kualitas/mutu VCO yang dihasilkan. VCO yang diperoleh melalui proses enzimatik dan pancingan, berpeluang meningkatkan kadar asam lemak bebas yang bersifat karsinogenik atau merangsang tumbuhnya sel kanker. Asam lemak bebas melonjak karena terjadinya fermentasi dimana enzim memecah asam lemak menjadi asam lemak bebas. Semakin lama inkubasi semakin tinggi juga penambahan asam lemak bebas. Dengan proses enzimatik, VCO dihasilkan selama 5 – 8 jam dan fermentasi lebih dari itu akan memacu penambahan asam lemak bebas. Oleh karena itu produsen yang memproduksi VCO dengan teknologi enzimatik dan pancingan mesti ekstradisiplin sehingga begitu terbentuk minyak kelapa harus segera dipisahkan. Penambahan waktu produksi satu jam saja menyebabkan penambahan asam lemak bebas yang lumayan banyak. Adanya asam lemak bebas bisa dideteksi dengan indera penciuman yaitu adanya bau alkohol asam dan rasanya agak masam.

Sebenarnya metode enzimatik mempunyai beberapa keunggulan, dimana VCO yang dihasilkan melalui teknologi enzimatik mampu membuang bahan terlarut yang tidak diperlukan dan membahayakan tubuh. Contohnya, cendawan *Aspergillus flavus* penyebab aflatoxin dan mikroba lain dapat dihilangkan oleh enzim.

Teknologi pengolahan lain adalah pres dan pemanasan (minimal). Keduanya mengubah warna VCO menjadi kekuningan. Pemanasan minimal, 50 – 60°C tidak

mengubah senyawa aktif dalam VCO lantaran tahan panas. Asam laurat, misalnya, rusak pada pemanasan di atas 306°C.

### *3. Penampilan VCO*

Balutan baju sang perawan merupakan faktor penting yang mempengaruhi calon konsumen untuk memilih suatu produk. Di pasaran, VCO tampil dengan balutan aneka bahan, ada yang dikemas dalam botol kaca atau plastik bahkan ada yang lebih canggih lagi yaitu botol kaca itu masih ditutup styrofoam yang kedap bau. Warna botol pun banyak ragamnya, dengan warna kemasan putih bening mendominasi pasaran meski VCO beresiko terdegradasi jika terkena deraan sinar matahari terus menerus. Ada juga warna kemasan putih susu dan coklat, botol berwarna gelap melindungi VCO dari sinar matahari tetapi konsumen tidak bisa melihat kejernihannya.

Jenis kemasan VCO, mempengaruhi laju peningkatan kadar air dan kandungan asam lemak bebas dalam VCO. Pengemasan dalam botol kaca menyebabkan kadar air VCO lebih rendah bila penyimpanan dilakukan selama 4 bulan, yakni 0,072%. Dalam kurun waktu yang sama, kadar air menjadi 0,122% jika dikemas dalam botol plastik. Semakin lama disimpan, kadar asam lemak bebas VCO ternyata menurun sehingga VCO tahan disimpan hingga kurang lebih 2 tahun.

### *4. Informasi VCO*

Informasi lengkap tentang VCO dari produsen juga sangat membantu konsumen untuk menentukan pilihan. Dalam hal ini label kemasan dan brosur memegang peranan penting. Label kemasan setidaknya harus mencantumkan merek, nama produsen, izin edar VCO, keterangan singkat produk, proses pengolahan, cara penggunaan dan kode produksi serta waktu kadaluarsa produk. Jika memungkinkan dicantumkan komposisi produk yang diujikan di laboratorium. Izin edar berupa kode seperti BPOM MD, BPOM TR, Depkes RI P-IRT atau Depkes RI SP yang dilanjutkan nomor registrasi. Adanya izin edar tersebut akan menambah keyakinan konsumen terhadap suatu merek VCO juga menjamin keamanan konsumen. Keterangan singkat produk dan cara pengolahan akan memberikan gambaran kepada konsumen tentang produk VCO. Tanggal kadaluarsa produk merupakan suatu keharusan karena menentukan kualitas VCO, masih layak dan aman atau tidak untuk dikonsumsi.

Informasi yang lebih detail disajikan dalam brosur, antara lain mengenai penyakit-penyakit yang dapat disembuhkan dan tentang manfaat VCO bagi kesehatan. Apa yang dicantumkan di label kemasan, dijelaskan lebih rinci dalam brosur. Nama produsen dan alamat yang bisa dihubungi harus dicantumkan dengan jelas sehingga konsumen akan lebih mudah memperoleh produk.

### 5. *Volume kemasan*

Volume kemasan VCO sebaiknya berkisar antara 50 – 100 ml, karena setiap kemasan yang sudah dibuka baik digunakan maksimal 1 bulan, untuk menjaga kualitas VCO tetap bagus. Sehingga dibuat produk VCO kemasan dengan volume tersebut sesuai kebutuhan selama 1 bulan. Selain itu ditinjau dari harga, akan terasa lebih murah dibandingkan apabila harus membeli kemasan 500 ml atau 1 liter.

### 6. *Harga*

Harga juga merupakan faktor penting bagi konsumen untuk memilih suatu produk VCO. Harga yang murah belum tentu akan membuat konsumen tertarik untuk membeli, karena harga yang terlalu murah dibandingkan produk-produk produsen lain akan membuat konsumen meragukan kualitas. Oleh karena itu pada waktu penentuan harga, yang pertama dilakukan adalah menghitung biaya produksi.

Misalnya : Untuk membuat 1 liter minyak kelapa murni dengan kualitas baik diperlukan kurang lebih 7 buah kelapa kualitas baik. Biaya operasional produksi seperti peralatan habis pakai dan tenaga harus diperhitungkan, ditambah biaya sampai VCO terkemas dan siap dijual. Perhitungannya sebagai berikut :

- 7 buah kelapa kualitas bagus @Rp 1.200,00	Rp 8.400,00
- biaya parut dan peras santan @Rp 400,00	Rp 2.800,00
- saringan habis pakai	Rp 10.000,00
- tenaga	Rp 20.000,00
- lain-lain	<u>Rp 8.000,00</u>
Total	Rp 49.200,00

1 L minyak dikemas @ 50 ml maka biaya produksi per kemasan :  $Rp\ 49.200,00 / 20 = Rp\ 2.460,00$

ditambah biaya label, brosur, botol dan pengemasan @Rp 2.300,00 menjadi Rp 4.760,00.

Maka biaya produksi per kemasan 50 ml sebesar Rp 4.760,00

Selanjutnya produsen perlu melakukan survey berapa harga VCO di pasaran untuk menentukan harga. Rata-rata VCO yang beredar di pasaran, dijual dengan selisih sekitar 40 % dari biaya produksi, sehingga bisa dikatakan memberikan keuntungan lumayan besar. Tetapi untuk produsen pemula, sebaiknya mengambil harga sedikit di bawah harga pasar.

### **C. Strategi Pemasaran**

Hal selanjutnya yang harus dipikirkan oleh produsen adalah bagaimana memasarkan produknya. Menghadapi persaingan yang ketat, setelah menghasilkan produksi berkualitas dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut di atas, perlu suatu strategi pemasaran. Pertama, ditentukan potensi pasar yang baik misalnya ibu-ibu. Untuk menggarap potensi tersebut, pengenalan produk bisa dilakukan dengan membagi brosur pada arisan ibu-ibu, menitipkan produk di warung-warung belanja, toko-toko disertai brosur. Potensi pasar yang lain misalnya penderita sakit, maka perlu dicoba memasarkan produk di puskesmas, menitipkan di apotik, di tempat praktek dokter dan tempat-tempat sejenis. Untuk pemasaran yang lebih luas dilakukan penawaran bagi orang-orang yang bersedia menjadi distributor terutama di daerah-daerah luar kota Yogyakarta. Pendekatan personal juga perlu dilakukan untuk menjelaskan tentang produk dan manfaatnya.

### **D. Penutup**

Demikianlah uraian tentang analisis ekonomi usaha produksi dan pemasaran *Virgin Coconut Oil*. Semakin banyak permintaan terhadap VCO, ternyata pelaku usaha yang bergerak di bidang pembuatan VCO juga semakin banyak. Oleh karena itu mulai dari perencanaan awal hingga pemasaran VCO harus diperhitungkan dengan baik dan cermat.

### **E. Daftar Pustaka**

Anonim; *VCO, sang perawan yang dicari*; Harian Kompas Tanggal 23 November 2005

Bambang Setiaji; *Pengolahan Kelapa Terpadu*, Jurusan Kimia FMIPA UGM, 2005

Trubus; *Virgin Coconut Oil*; Penerbit Majalah Trubus, Jakarta, Juli 2005