

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tanaman Obat

Tanaman obat merupakan tanaman yang bagian-bagiannya seperti akar, batang, daun, buah maupun hasil ekskresinya diyakini dapat menyembuhkan atau mengurangi rasa sakit. Tanaman obat merupakan tanaman yang memiliki komponen aktif dan diyakini oleh masyarakat dapat menyembuhkan penyakit, karena mengandung senyawa atau bahan aktif yang berkhasiat obat. Tanaman itu ditemukan pada berbagai tipe habitat seperti hutan, lahan pertanian dan ditanam pada lahan pekarangan. (Lestari, Koneri, & Maabuat, 2021).

Penggunaan bahan alami khususnya tanaman obat pada saat ini cenderung meningkat. Tanaman obat yang diolah sebagai obat tradisional sejak jaman dahulu telah banyak digunakan oleh manusia, terutama masyarakat menengah ke bawah, namun dengan adanya kemajuan di bidang teknologi, banyak jenis tanaman obat yang sudah diolah dan dikemas secara moderen. Penggunaan produk hasil pengolahan tanaman obat secara modern ini kemudian berkembang menjadi pola hidup sehat yang alami. Penggunaan obat yang berasal dari tumbuhan atau pengobatan dengan cara tradisional atau alami lebih digemari, karena lebih murah dan minim efek samping, dibandingkan dengan menggunakan obat-obatan dari bahan kimia. Mengingat khasiatnya terbukti ampuh menyembuhkan penyakit dan penggunaanya lebih efektif, efisien, aman dan ekonomis (Yassir dan Asnah, 2018).

B. Aromaterapi

Aromaterapi merupakan suatu metode pengobatan alternatif yang berasal dari bahan tanaman mudah menguap, dikenal pertama kali dalam bentuk minyak esensial. Minyak esensial yang diuapkan dianggap sebagai komponen utama dalam aromaterapi dimana menimbulkan berbagai efek seperti : anti-inflamasi, antiseptik, merangsang nafsu makan, dan merangsang sirkulasi darah. Efek dari masing-masing aroma tersebut secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi aspek psikologik. Menghirup aromaterapi selain berperan sebagai media relaksasi dan mengurangi rasa stres, juga memiliki pengaruh yang positif terhadap beberapa fungsi kognitif, yaitu memori, atensi, dan bahasa. (Yoshiko dan Purwoko, 2016).

C. Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan mentah yang belum diolah dan akan diolah menjadi barang jadi sebagai hasil utama dari perusahaan yang bersangkutan. Keberhasilan pengadaan bahan baku di perusahaan tergantung dari upaya untuk mencari dan memilih bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi dengan teliti. Adanya bahan baku yang berkualitas baik dan terhindar dari cacat akan memberikan kualitas produk yang baik pula. Jenis-jenis bahan baku terbagi menjadi dua, antara lain bahan baku langsung dan tidak langsung. Bahan baku langsung atau *direct material* adalah semua bahan baku yang merupakan bagian daripada barang jadi yang dihasilkan. Bahan baku tidak langsung atau *indirect material* adalah bahan baku yang ikut berperan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung tampak pada barang jadi yang dihasilkan. Tujuan dari persediaan bahan baku adalah menjamin tersedianya bahan baku pada tingkat yang optimal agar proses produksi dapat berjalan sesuai dengan rencana pada tingkat biaya yang minimum. Keberadaan bahan baku sangatlah penting dalam kelancaran proses produksi. Bahan baku mutlak ada jika perusahaan akan melakukan produksi (Sentos & Trianti, 2017).

Bahan baku sendiri seperti yang sudah dijelaskan di paragraf sebelumnya, bahwa bahan baku dibagi menjadi 2 yaitu bahan baku langsung dan bahan baku tidak langsung. Bahan baku langsung (*direct material*) pada produk “Citroesa wax sachet” adalah bahan dasar lilin yaitu *soy wax*. Soy wax terbuat dari kedelai alami yang melimpah. Soy wax memiliki harga yang murah, alami dan dapat terurai secara hayati tanpa pencemaran lingkungan, sehingga memiliki keuntungan besar dalam hal perlindungan kesehatan dan lingkungan (Shen *et al.*, 2020). Bahan baku tidak langsung (*indirect material*) pada produk pengharum ruangan “wax sachet” adalah minyak atsiri dari tanaman sereh wangi dan minyak bunga mawar. Berikut adalah taksonomi tanaman bahan baku produk pengharum ruangan “wax sachet” :

1. Tanaman Sereh Wangi (*Cymbopogon nardus* (L.))

Taksonomi tanaman sereh wangi adalah sebagai berikut :

- Kingdom : Plantae
Divisio : Spermatophyta
Kelas : Monocotyledoneae
Ordo : Poales
Familia : Poaceae
Genus : *Cymbopogon*
Spesies : *Cymbopogon nardus* (L.) Randle



Gambar 2.1. Sereh Wangi
Sumber : *Nusantara Bioscience* (2013)

Tanaman serai wangi merupakan tanaman dari suku Poaceae yang sering disebut dengan suku rumput-rumputan. Akarnya merupakan jenis akar serabut yang berimpang pendek. Tanaman ini sering dijadikan sebagai obat tradisional. Batang tanaman serai wangi bergerombol dan berumbi, serta lunak dan berongga. Isi batangnya merupakan pelepah umbi untuk pucuk dan berwarna putih kekuningan, namun ada juga yang berwarna putih keunguan atau kemerahan, selain itu batang tanaman serai wangi juga bersifat kaku dan mudah patah. Batang tanaman ini tumbuh tegak lurus di atas tanah. Daun tanaman serai berwarna hijau dan tidak bertangkai. Daunnya kesat, panjang, memiliki bentuk seperti pita yang makin ke ujung makin runcing dan berbau harum ketika daunnya diremas. Daunnya juga memiliki tepi yang kasar dan tajam. Tulang daun tanaman serai tersusun sejajar. Letak daun pada batang tersebar. Panjang daunnya sekitar 50-100 cm, sedangkan lebarnya kira-kira 2 cm. Daging daunnya

tipis, serta pada permukaan dan bagian bawah daunnya berbulu halus. Tanaman serai wangi ini jarang sekali memiliki bunga, walaupun ada, pada umumnya bunganya tidak memiliki mahkota dan merupakan bunga berbentuk bulir. Buah tanaman ini jarang sekali atau bahkan tidak memiliki buah, sedangkan bijinya juga jarang sekali hanya batang dan daun saja yang sangat mudah ditemukan pada tanaman ini.

Sereh wangi (*Cymbopogon nardus* L. Rendle) mengandung minyak atsiri yang berwarna kuning coklat sampai kuning kecoklat – coklatan dan bersifat mudah menguap. Sereh wangi memiliki bau yang segar dan khas. Sereh wangi mengandung minyak atsiri sebanyak 0,4%. Minyak serai wangi mengandung komponen sitronelal 32-45% ; geraniol 12–18%; sitronelol 11-15% ; geraniol asetat 3–8% ; sitronelil asetat 2–4% ; limonen 2-4 %; kadinen 2-4% dan selebihnya (2– 36%) adalah sitral, kavikol, eugenol, elemol, kadinol, vanilin, kamfen, α -pinen, linalool, β -kariofilen. (Yulvianti *et al.*, 2014).

Serai wangi (*Cymbopogon nardus*) adalah salah satu tanaman obat yang multi khasiat di bidang kesehatan. Minyak serai wangi dapat digunakan untuk kecantikan yang memiliki kegunaan sebagai antibakteri dan penghangat. Minyak serai wangi juga dapat digunakan sebagai pemberi aroma pada pembuatan sabun, lilin, dan lain sebagainya. Kualitas minyak sereh wangi ditentukan oleh faktor kemurniannya dan komponen utama didalamnya yaitu kandungan sitronela dan geraniol. Kandungan utama yang dimiliki adalah monoterpen alkohol yaitu linalool dan geraniol yang terdapat pada minyak sereh wangi yang memiliki aktifitas menenangkan dan menyeimbangkan, stimulansia, mengatasi tekanan darah. Kandungan monoterpen alkohol yang lain adalah sitronelol dan dari golongan aldehida yaitu sitronelal yang merupakan turunan dari alkohol yang terdapat pada minyak sereh wangi memiliki efek farmakologi sebagai antidepresan dan stimulansia. (Widowati *et al.*, 2014).

2. Tanaman Mawar (*Rosa Sp*)

Taksonomi tanaman mawar adalah sebagai berikut :

- Kingdom : Plantae
Subkingdom : Tracheobionta
Superdivisi : Spermatophyta
Divisi : Magnoliophyta
Kelas : Magnoliopsida
Subkelas : Rosidae
Ordo : Rosales
Famili : Rosaceae
Genus : *Rosa*
Spesies : *Rosa damascena* Mill.



Figure 2. The plant of *R. damascene*

Gambar 2.2 Bunga Mawar

Sumber : *Electronic Physician* (2020)

Bunga mawar sangat pantas menyandang julukan si "Ratu Bunga" karena hampir semua orang menyukai dan mengenal mawar. Mawar bukan tanaman asli Indonesia, berasal dari dataran China. Dalam perkembangannya, menyebar luas di berbagai daerah, termasuk ke Indonesia. Tanaman mawar umumnya merupakan tanaman perdu, batangnya berduri dengan tinggi tanaman antara 0.3 sampai 0.5 meter. Berakar tunggang dengan banyak cabang akar seperti serat dan akar rambut yang menyerupai benang. Daun mawar merupakan daun majemuk dengan 3 atau 5 berselang dan bersirip ganjil. Bunga ada yang tunggal dan ada pula yang tersusun indah dalam bentuk payung dengan perhiasan bunga setiap lingkaran 4-5 helai. Warna bunga bervariasi dari putih, merah, merah muda dan ungu muda. Buah mawar adalah buah yang di dalamnya terdapat biji. (Muzaki *et al.*, 2021).

Kandungan *Citronellol* dan *geraniol* dalam tanaman mawar cukup penting terutama sebagai bahan dasar parfum, aroma terapi ataupun bahan pewangi. Kandungan kimia bunga mawar cukup beragam, yaitu *tannin*, *geraniol*, *nerol*, *citronellol*, *asam geranik*, *terpene*, *flavonoid*, *pektin polyphenol*, *vanillin*, *karotenoid*, *stearopten*, *farnesol*, *eugenol*, *feniletilakohol*, vitamin B, C, E, dan K. Banyaknya kandungan pada bunga mawar merah menjadi alasan bunga ini dapat dijadikan sebagai bahan baku obat, antara lain sebagai pengobatan aroma terapi memberikan efek relaksasi, anti kejang, pengatur haid, menyembuhkan sekresi empedu, dan menurunkan panas badan (daun dan kelopak bunga mawar). Aroma wangi pada bunga mawar disebabkan kandungan minyak atsiri di dalamnya, minyak atsiri pada mawar mengandung senyawa *phenyl ethyl alcohol*, *geraniol*, *nerol*, dan *citronellol*. Kandungan senyawa tersebut merupakan bahan parfum yang harum. Mawar merah dapat digunakan sebagai antiseptik, antispasmodik, antiviral dan antibakteri (Wulandari *et al.*, 2016)

D. Wax Sachet

Scented wax sachet atau *wax sachet* adalah jenis lilin aromaterapi yang dalam penggunaannya tidak perlu dibakar. *Wax sachet* dapat digunakan cukup dengan cara menggantungkan dalam ruangan tertutup atau lemari pakaian. *Wax sachet* adalah pengharum ruangan alami yang terbuat dari bunga kering, herba, rempah-rempah, minyak alami, dan soy wax. *Soy wax* merupakan wax yang terbuat dari minyak kedelai yang dicampur dengan larutan hidrogen. Penggunaan *soy wax* menghasilkan polutan yang lebih sedikit dibandingkan dengan penggunaan *paraffin wax* (Sasri, et al., 2023).

E. Proses Pembuatan Wax Sachet

Proses produksi merupakan suatu bentuk kegiatan yang paling penting dalam pelaksanaan produksi di suatu perusahaan, hal ini karena proses produksi merupakan metode atau cara bagaimana kegiatan penambahan manfaat atau penciptaan manfaat tersebut dilaksanakan. Proses produksi cukup berpengaruh dalam meningkatkan kualitas produk, proses produksi yang baik dan berjalan lancar akan menghasilkan kualitas produk yang baik, tetapi proses produksi juga tidak selalu berjalan dengan lancar, terdapat masalah yang sering terjadi seperti memastikan material untuk melakukan produksi, memperkirakan ketersediaan bahan, dan menentukan jadwal produksi agar selesai sesuai permintaan (Noerpratomo, 2018).

Proses produksi Citroesa *wax sachet* dilakukan melalui 2 proses yaitu ekstraksi yang dilakukan di Sub Kimia Laboratorium MIPA UNS dan pembuatan *wax sachet* secara manual. Proses ekstraksi adalah suatu proses pemisahan dari bahan padat maupun bahan cair dengan bantuan pelarut. Pelarut yang digunakan harus dapat mengekstrak substansi yang diinginkan tanpa melarutkan material lainnya. Ekstraksi merupakan proses pemisahan suatu bahan dari campurannya. Ekstraksi menggunakan pelarut didasarkan pada kelarutan komponen terhadap komponen lain dalam campuran (Tuhuloula, Budiarti, & Fitriana, 2013).

F. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang terpenting didalam kehidupan sebuah perusahaan sebagai usahanya untuk mencapai tujuan, mengembangkan usaha, mendapatkan laba serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa, baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Secara singkat, pemasaran dapat disimpulkan yaitu proses transaksi antara penjual dan pembeli baik dengan alat tukar maupun secara barter. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Suatu perusahaan sebelum menetapkan suatu strategi pemasaran yang akan dipakai, terlebih dahulu harus melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya dipasar tersebut. Tujuannya agar dapat ditentukan kegiatan pemasaran apa yang cocok untuk diterapkan (Hutabarat, 2017).

Jangkauan pemasaran sangat luas, berbagai tahapan kegiatan harus dilalui oleh barang dan jasa sebelum sampai ke tangan konsumen, dan ruang lingkup kegiatan yang luas itu disederhanakan menjadi 4 (empat) kebijakan pemasaran yang biasa disebut sebagai bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing mix* adalah mencampur kegiatan-kegiatan pemasaran agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang paling memuaskan. Bauran pemasaran (*marketing mix*) atau 4P dalam pemasaran yang terdiri dari 4 (empat) komponen, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) (Dayat, 2019).

Unsur bauran pemasaran yang pertama adalah produk (*product*). Produk merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran. Seluruh kegiatan pemasaran lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Produk adalah elemen yang paling penting karena dengan inilah perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Rahmawati, Handayani, & Fauzzia, 2019).

Bauran pemasaran yang kedua adalah harga (*price*). Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen-elemen lain menimbulkan atau merupakan biaya. Harga harus diukur dengan nilai yang dirasakan dari tawaran itu, atau kalau tidak, maka pembeli akan membeli produk yang menyainginya (Tjahjono, Semuel, & Brahmama, 2013).

Unsur dalam bauran pemasaran yang ketiga adalah tempat (*place*). Tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Distribusi memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan guna memastikan produknya. Hal ini dikarenakan tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat. Pemilihan lokasi yang tepat dapat mempengaruhi peningkatan keuntungan suatu perusahaan secara keseluruhan (Amalia, 2016)

Bauran pemasaran yang keempat adalah promosi (*promotion*). Promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang-orang supaya bertindak (Supriyanto dan Taali, 2018).

G. Analisis Usaha

Analisis usaha dilakukan untuk mengetahui kriteria kelayakan suatu usaha yang dijalankan. Kelayakan bisnis ditentukan dengan kriteria-kriteria yang telah memenuhi syarat sesuai kriteria yang layak digunakan. Kelayakan merupakan penentuan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan (Kurniawati dan Ahmad, 2021).

Analisis usaha meliputi beberapa aspek sebagai berikut :

1. Biaya Tetap

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang dikeluarkan secara periodik dan besarnya selalu konstan atau tetap, tidak terpengaruh oleh besar kecilnya volume usaha atau proses bisnis yang terjadi pada periode tersebut. Biaya tetap juga bisa disebut sebagai biaya operasional. Biaya tetap juga diartikan sebagai biaya minimal yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan agar dapat melakukan proses produksi baik berupa barang ataupun jasa. Biaya ini jelaslah tidak dipengaruhi oleh banyak sedikitnya jumlah produk atau jasa yang bisa dihasilkan. Biaya tetap merupakan jenis biaya yang bersifat statis (tidak berubah) dalam ukuran tertentu. Biaya ini akan tetap dikeluarkan meskipun tidak melakukan aktivitas apapun atau bahkan ketika melakukan aktivitas yang sangat banyak sekalipun. Dalam proses produksi, biaya tetap akan selalu dibayarkan atau dikeluarkan tanpa menghitung berapa banyak produksi yang dilakukan, baik ketika tidak berproduksi atau sebaliknya saat produksi dilakukan dalam kapasitas maksimal. Jadi, dengan kata lain, secara total biaya ini akan selalu sama, tidak terpengaruh oleh jumlah unit yang diproduksi atau jumlah aktivitas yang dilakukan. (Assegaf, 2019).

2. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan salah satu biaya terbesar yang dikeluarkan oleh perusahaan, karena biaya variabel berhubungan langsung dengan biaya produksi suatu perusahaan. Biaya variabel merupakan total biaya yang akan bertambah apabila volume produksi bertambah. Kenaikan biaya produksi variabel diikuti oleh kenaikan laba perusahaan (Saleh D. S., 2018).

3. Biaya Produksi / Biaya Total (*Total cost*)

Total biaya adalah biaya yang dikeluarkan oleh produsen selama melakukan kegiatan usahanya atau total dari keseluruhan biaya selama proses produksi. Total biaya merupakan hasil penjumlahan antara biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*) (Saleh Y. , 2014). Rumus biaya produksi adalah sebagai berikut :

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC : Total Biaya (Rp),

TFC : Total Biaya Tetap (Rp),

TVC : Total Biaya Variabel (Rp).

4. Penerimaan (*Total Revenue*)

Penerimaan merupakan hasil kali antara jumlah produksi dengan harga jual yang berlaku. Jumlah produksi yang semakin besar maka akan semakin banyak penerimaan yang didapatkan (Duakajui *et al.*, 2022). Rumus penerimaan adalah sebagai berikut :

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan:

TR : Total Penerimaan(Rp),

P : Harga,

Q : Produksi.

5. Pendapatan

Pendapatan atau biasa disebut keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dan semua biaya. Keuntungan ditentukan oleh dua hal, yaitu penerimaan dan biaya. Perubahan penerimaan yang lebih besar daripada perubahan biaya maka keuntungan yang diterima akan meningkat. Begitu pula sebaliknya, apabila perubahan penerimaan lebih kecil daripada perubahan biaya maka keuntungan yang diterima menurun (Suhardi dan Subari, 2020). Pendapatan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

I : Pendapatan(*Income*),

TR : Total Penerimaan,

TC : Total Biaya.

6. BEP

Break Even Point atau yang sering dikenal dengan titik impas adalah posisi dimana perusahaan tidak memperoleh laba dan tidak menderita kerugian. BEP atau titik impas sangat penting bagi manajemen untuk mengambil keputusan untuk menarik produk atau mengembangkan produk, atau untuk menutup anak perusahaan yang tidak menguntungkan. Dengan kata lain, antara pendapatan dan biaya pada kondisi yang sama, sehingga labanya adalah nol. (Maruta, 2018).

Analisis BEP dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{BEP (produksi)} = \frac{\text{Biaya Produksi (Rp)}}{\text{Harga Jual (Rp)}}$$

$$\text{BEP (harga)} = \frac{\text{Biaya Produksi (Rp)}}{\text{Total Produksi}}$$

Keterangan BEP produksi adalah sebagai berikut:

- Jika BEP produksi < jumlah produksi, maka usaha berada pada keadaan yang menguntungkan.
- Jika BEP produksi > jumlah produksi maka usaha berada pada keadaan yang tidak menguntungkan.
- Jika BEP produksi = jumlah produksi, maka usaha berada pada keadaan titik impas atau tidak laba/tidak rugi.

Sementara keterangan untuk BEP harga adalah sebagai berikut:

- Jika BEP harga < harga jual, maka usaha berada pada keadaan yang menguntungkan.
- Jika BEP harga > harga jual, maka usaha berada pada keadaan yang tidak menguntungkan.
- Jika BEP harga = harga jual, maka usaha berada pada keadaan titik impas atau tidak laba atau tidak rugi.

7. Analisis Kelayakan bisnis

Mengetahui layak tidaknya suatu bisnis dapat menggunakan rumus R/C ratio dan B/C ratio.

- Rumus R/C ratio yaitu dengan cara membandingkan tingkat pendapatan yang diperoleh dengan modal yang harus dikeluarkan.

$$\text{R/C ratio} = \frac{\text{Total Pendapatan (Rp)}}{\text{Total biaya (Rp)}}$$

Maka analisis kelayakan dari R/C ratio adalah :

- R/C > 1 : Layak / Untung
- R/C = 1 : BEP
- R/C < 1 : Tidak Layak / Rugi

2. B/C Ratio (*Benefit Cost Ratio*) adalah ukuran perbandingan antara pendapatan (Benefit = B) dengan Total Biaya produksi (Cost = C). Dalam batasan besaran nilai B/C dapat diketahui apakah suatu bisnis menguntungkan atau tidak

menguntungkan. $\text{B/C ratio} = \frac{\text{Jumlah Keuntungan (Rp)}}{\text{Total Biaya Produksi (Rp)}}$

Maka analisis kelayaka dari B/C Ratio adalah :

- a) $B/C \text{ ratio} > 0$, bisnis layak dilaksanakan
- b) $B/C \text{ ratio} < 0$, bisnis tidak layak atau merugi (Sajari, Elfiana, & Martina, 2017).

