

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Usaha

Istilah "bisnis" (Jonathan, J.E.H., 2020), sering kali digunakan dengan bebas dalam percakapan sehari-hari, baik di antara teman, rekan kerja, maupun dalam lingkungan rumah tangga. Maknanya dapat bervariasi tergantung pada siapa yang menggunakannya dan dalam situasi apa. Secara umum, bisnis dapat diinterpretasikan sebagai kegiatan, aktivitas, atau kesibukan yang melibatkan berbagai aspek, baik ekonomi, sosial, politik, maupun wirausaha. Namun, definisi ini dapat menjadi ambigu karena mencakup segala urusan, termasuk yang legal maupun ilegal. Hal ini seringkali menyebabkan kebingungan atau kerancuan dalam penggunaan istilah atau definisi yang terkait.

Bisnis merupakan kegiatan berniaga atau memperjualbelikan barang, atau jasa kepada konsumen. Bisnis makanan merupakan Bisnis kuliner adalah salah satu sektor jasa yang terus berkembang. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi untuk bertahan hidup. Selama makan dan minum tetap menjadi prioritas utama, bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan bisnis kuliner terlihat dari semakin banyaknya restoran dan rumah makan yang bermunculan, mulai dari yang sangat sederhana hingga yang sangat mewah. Menu yang ditawarkan pun beragam, dari hidangan rumahan yang sederhana hingga menu unik dan mewah berstandar internasional. Dalam bisnis makanan, ada juga yang fokus pada makanan vegetarian dan non-vegetarian.

Trend makanan vegetarian semakin populer di Indonesia seiring dengan meningkatnya minat terhadap diet sehat. Hal ini tercermin dari banyaknya restoran yang khusus menyajikan menu vegetarian. Namun, sebenarnya komunitas vegetarian telah eksis sejak tahun 1998 melalui berdirinya Vegetarian Indonesia Society di Jakarta pada tanggal 8 Agustus. Organisasi ini menjadi anggota International Vegetarian Union dengan tujuan utama menyebarkan informasi tentang gaya hidup vegetarian (Kusharisupeni, 2021).

Di Indonesia, vegetarianisme tidak hanya dianggap sebagai gaya hidup sehat, tetapi juga sebagai ekspresi nilai-nilai seperti cinta kasih universal dan kepedulian terhadap lingkungan. Oleh karena itu, vegetarianisme telah menarik perhatian wisatawan mancanegara, terutama dari negara seperti India. Contoh acara yang menunjukkan daya tarik vegetarianisme adalah Vegan Festival Indonesia yang diadakan di Ubud, Bali pada Oktober 2018, dan Cangu pada waktu yang sama (Kusharisupeni, 2021).

Pemerintah Indonesia juga turut berperan dalam meningkatkan kesadaran akan vegetarianisme. Salah satunya adalah dengan mengadakan acara-acara seperti Vegan Festival Indonesia secara rutin. Misalnya, pada tahun 2019, acara ini diadakan di Jakarta Mall Taman Anggrek pada Juli 2019. Langkah-langkah ini merupakan bagian dari upaya Dinas Kepariwisata Indonesia untuk meningkatkan jumlah penganut vegetarian di Indonesia (Kusharisupeni, 2021).

Ada tiga jenis vegetarian yang umum dikenal, yaitu pure vegetarian, lactovegetarian, dan lacto ovo vegetarian. Pure vegetarian adalah kelompok vegetarian yang tidak mengonsumsi produk atau makanan yang berasal dari hewan dan sepenuhnya mengandalkan protein nabati. Lactovegetarian masih mengonsumsi susu yang mengandung laktosa, tetapi tidak mengonsumsi daging atau produk hewani lainnya. Sedangkan lacto-ovo vegetarian memperbolehkan konsumsi telur dan susu, namun tetap tidak mengonsumsi daging (Lestari, 2023).

Untuk memenuhi kebutuhan protein bagi vegetarian, maka dibutuhkan sumber protein lain selain daging. Protein adalah nutrisi penting yang diperlukan oleh tubuh. Meskipun sumber protein utama biasanya berasal dari produk hewani, seperti daging dan produk susu, orang-orang yang menganut pola makan vegetarian tetap dapat memenuhi kebutuhan protein mereka dari sumber-sumber lain. Kacang-kacangan, biji-bijian, dan sayuran seperti jamur adalah contoh makanan nabati yang kaya akan protein. Dengan memasukkan makanan dari kelompok tersebut dalam pola makan sehari-hari, para vegetarian dapat memastikan asupan protein yang cukup untuk tubuh mereka (Veratamala, 2021).

Jenis jamur pangan yang dapat dikonsumsi sekitar 600 jenis, 200 diantaranya sudah dimanfaatkan, 35 jenis sudah dibudidayakan secara komersial (Hendritomo, 2010). Jamur pangan adalah salah satu jenis jamur yang menghasilkan tubuh buah berukuran makroskopis dan digunakan sebagai bahan pangan. Jenis jamur pangan didata dan masuk dalam pembinaan direktorat jenderal hortikultura berdasarkan keputusan menteri pertanian ada 6 jenis yaitu jamur lingzhi, jamur shitake, jamur kancing atau portobelo, jamur merang, jamur kuping, dan jamur tiram.

Karena jamur tiram sangat umum digunakan di Indonesia, penulis tertarik untuk menjajaki potensi bisnis makanan ovo-vegetarian dengan menggunakan jamur kancing. Melalui usaha ini, penulis berharap dapat memperkenalkan alternatif makanan yang sehat dan lezat kepada masyarakat, sambil juga meningkatkan pilihan makanan vegetarian yang beragam di pasar lokal. Jamur kancing putih atau yang dikenal sebagai jamur champignon merupakan salah satu jenis jamur yang paling umum dibudidayakan di seluruh dunia. Mereka memiliki bentuk yang hampir bulat seperti kancing, dengan warna yang bervariasi dari putih bersih hingga cokelat muda. Bagian tubuhnya terdiri dari tudung, batang, dan akar. Yang membedakan jamur kancing dari jenis jamur lainnya adalah adanya cincin yang terletak di sekitar batangnya (Achmad, 2011)

Maka, perlu dilakukan pemanfaatan penggunaan jamur kancing sebagai pengganti bahan hewani dalam pembuatan meatloaf untuk alternatif dari penggunaan bahan utama yaitu daging. Pada peneliti sebelumnya, didapatkan jamur kancing yang dipadukan dengan TVP (*Texturized Vegetable Protein*) bisa dimanfaatkan dalam pembuatan meatloaf.

Meatloaf jamur termasuk ke dalam jenis makanan penyeling atau entrée yang umumnya dikonsumsi untuk menggugah selera makan. Pada pengolahan meatloaf dengan menggantikan bahan utamanya ini. Meatloaf jamur memiliki karakteristik tekstur lembut, dan memiliki aroma jamur yang kuat, tetapi dalam suatu kondisi, meatloaf jamur seringkali dikira sebagai daging. Hasil daya terima dari meatloaf jamur yang dipadukan dengan TVP cukup baik, sebagian besar masyarakat umum lebih menyukai meatloaf jamur dengan tambahan TVP sebanyak 20%, tetapi panelis agak terlatih lebih menyukai meatloaf jamur

dengan tambahan TVP sebanyak 25%. Pada saat penelitian daya terima, peneliti juga menggali informasi dari panelis ahli, hasil dari uji daya terima panelis ahli lebih disukai meatloaf jamur dengan tambahan TVP sebanyak 15% dan 20%.

Dengan mengandalkan jamur kancing sebagai bahan utama, penulis bermaksud untuk menciptakan produk bernama Mushroom Puff yang cocok untuk gaya hidup ovo-vegetarian. Hal ini meliputi pengembangan menu terutama meatloaf jamur kancing, adapun menu olahan jamur alternatif lainnya seperti burger jamur kancing, tumis jamur kancing dengan sayuran segar, sop jamur kancing, dan banyak lagi. Perencanaan bisnis dengan memanfaatkan tekstur dan rasa unik dari jamur kancing, penulis berencana untuk menciptakan hidangan yang memikat selera dan memanjakan lidah pelanggan.

1.2 Identifikasi Peluang dan Pangsa Pasar

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, dapat diidentifikasi peluang dan pangsa pasar pada penelitian, yaitu

1. Mendalami penerapan strategi perencanaan bisnis pada produk meatloaf jamur
2. Meninjau perbedaan signifikan dari pemasaran produk biasa dengan bauran pemasaran (*marketing mix*).
3. Menganalisis dampak penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap kinerja penjualan produk meatloaf jamur.

1.3 Identifikasi Spesifikasi Produk

Produk Meatloaf Jamur ini sudah melalui proses penelitian dari orang ke-1 dan orang ke-2. Hasil uji kesukaan konsumen menyatakan bahwa Meatloaf Jamur dengan penambahan TVP sebanyak 20%. Keunggulan dari produk Meatloaf jamur yaitu memiliki kandungan protein yang cukup untuk tubuh dan dapat dijadikan sebagai pengganti protein dari daging bagi masyarakat yang menerapkan gaya ovo vegetarian.

Bahan utama yang digunakan pada produk ini terdiri dari jamur, TVP, telur, tepung roti, pasta tomat, rempah, dan bahan perasa. Pada penelitian ini, peneliti berniat untuk menginovasi produk dari meatloaf jamur ini menjadi Mushroom

Puff. Mushroom Puff merupakan turunan dari produk meatloaf jamur yang diberi rasa pada isian lalu dibalut dengan kulit puff pastry sehingga menjadikan produk ini lebih menarik.

Berikut merupakan rincian dasar bahan dari inovasi produk yang dijalankan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Bahan Dasar Meatloaf Jamur dan Inovasi

Bahan Utama Meatloaf	Inovasi Produk Dari Meatloaf Jamur	
	Jamur	Varian
Jamur Champignon	Original	Meatloaf Jamur
Telur		Saus Tomat
Tepung Roti		Puff Pastry
Tvp	Cheese	Meatloaf Jamur
Bawang Bombay		Keju Slice
Tomato Paste		Saus Tomat
Seledri	Barbeque	Puff Pastry
Penyedap Rasa		Meatloaf Jamur
Lada Hitam		Saus Barbeque
Garam		Puff Pastry

Produk Mushroom Puff direncanakan dijual dalam bentuk siap makan, berat bersih dari 1 porsi Mushroom Puff seberat 100 gram dengan dimensi sekitar 10x6x3 cm, sudah termasuk dari saus cabai sebagai pelengkapannya. Berikut merupakan gambar dari produk yang siap jual yaitu sebagai berikut



Gambar 1. 1 Mushroom Puff Siap Konsumsi (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

1.4 Tujuan Rintisan Usaha

Menerapkan hasil dari peneliti sebelumnya tentang modifikasi meatloaf jamur dengan tambahan TVP 20% untuk dijadikan sebuah bisnis baru. Peneliti berniat untuk membuat rintisan usaha dengan produk yang sudah diteliti oleh

peneliti 1 dan 2 untuk dikembangkan menjadi sebuah produk bernama “Mushroom Puff”.

Produk berencana dijual dengan 3 varian yang terdiri dari original, cheese, dan barbeque. Produk berencana dipasarkan pada konsumen masyarakat umum, pelajar dan mahasiswa. Produk ini dijadikan sebagai produk bakery yang dimana meatloaf jamur nya dilapisi dengan puff pastry, modifikasi produk rintisan usaha ini bertujuan agar konsumen dapat lebih mudah dikonsumsi.

