

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingkat konsumsi masyarakat khususnya daerah perkotaan lebih memilih makan di restoran atau rumah makan ketimbang masakan rumah. Makanan dan minuman yang dimaksud adalah makanan serta minuman siap konsumsi. Catatan ini berasal dari riset Kantor Worldpanel Indonesia pada masa sebelum Covid-19 terjadi. Camilan kentang siap konsumsi adalah salah satu camilan paling populer di Indonesia serta minuman bersoda adalah minuman yang paling dicari di Indonesia, khususnya Jakarta. Tidak hanya restoran besar dan cepat saji cukup dicari, tapi juga perdagangan tradisional seperti pasar dan warung pun masih menjadi target utama para konsumen untuk memilih dan membeli produk makanan serta minuman. (Primus, 2016) Pasar tradisional masih mempresentasikan hingga 90 persen volume penjualan makanan, dan restoran cepat saji menyajikan hingga 93 persen konsumsi masyarakat yang ingin makan di luar rumah.

Daya konsumsi masyarakat berubah ketika wabah Covid-19 masuk ke Indonesia pada akhir 2019. Pandemi covid-19 ini juga mendatangkan kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi makanan sehat agar meningkatkan imun tubuh, dan hal tersebut adalah kebiasaan baru. Perubahan paling besar adalah berkurangnya konsumsi gula, garam, dan lemak. Sedangkan, karbohidrat, serta protein adalah yang paling dicari selama masa pandemi tersebut. Beragam perubahan gaya hidup tersebut dari mulainya mencoba pola makan sehat dengan mengonsumsi karbohidrat dan protein sebesar 90%, serta menguji beberapa resep makanan sehat baru sebesar 60% (Widiyarti, 2020).

Mulai dari membawa peralatan makanan pribadi hingga mengubah gaya hidup merupakan dampak positif adanya pandemi covid-19 ini. Sebelum adanya pandemi, masyarakat umumnya memilih restoran cepat saji atau restoran favorit untuk dijadikan tujuan utama. Ketika pandemi ini terjadi, perubahan gaya hidup

seperti mengonsumsi makanan sehat sangat meningkat drastis. Satu-satunya pilihan masyarakat jika ingin mencari makanan sehat adalah restoran yang sudah memiliki nama besar dibidangnya. Biasanya mereka menjual produk mereka dengan harga mahal, karena sudah memiliki nama yang populer di kalangan masyarakat. Bagi pemilik gaya hidup sehat, restoran tersebut adalah pilihan utama ketika mereka memilih untuk makan di luar rumah, tapi untuk pengikut tren, restoran tersebut masih terbilang mahal untuk di kunjungi.

Dari penjelasan tersebut, terciptalah DA:UN. Sebuah restoran yang menyajikan makanan sehat untuk orang-orang yang memulai gaya hidup sehat, tidak hanya yang baru mau memulai tapi juga orang-orang yang sudah memiliki gaya hidup sehat dalam rentang waktu yang lama. Secara Umum DA:UN merupakan sebuah brand start-up yang menjual makanan vegan. DA:UN sendiri memiliki konsep menyajikan makan makanan sehat yang menerapkan nilai sustainable dan eco-friendly dengan lebih mengedepankan value *less food waste*. Selain memperhatikan makanan yang disajikan, DA:UN juga memperhatikan keadaan lingkungan, dengan memakai bahan packaging yang sangat aman, sehingga tidak akan mencemari lingkungan. Selain itu, bagi beberapa orang yang sangat concern mengenai lingkungan, kadang mereka takut packagingnya dapat merusak ekosistem lingkungan, maka DA:UN menggunakan LimeX sebagai bahan dasar packaging kami. Secara umum, LimeX adalah adalah bahan material baru yang terbuat dari batu kapur, yang bisa menjadi alternatif pengganti kertas dan plastik. Dengan begitu, kami dapat menurunkan penggunaan plastic dalam produk kami, untuk mendukung nilai sustainable dan eco-friendly.

1.2. Permasalahan

- I. Masih kurangnya tersedia makan sehat di tengah masyarakat dengan kualitas yang baik
- II. Banyak masyarakat belum paham tentang konsep makanan sehat itu sendiri
- III. Masih banyak restoran yang kurang memperhatikan lingkungan dengan menggunakan kemasan tidak ramah lingkungan

1.3. Peluang

- I. Perlu dikomunikasikan kepada masyarakat tentang makanan sehat
- II. Keterbatasan restoran yang menyajikan makanan sehat di tengah masyarakat
- III. Kurangnya restoran yang memperhatikan keadaan lingkungan

