

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Adanya penelitian terdahulu menjadi sebuah faktor penting dalam membuat sebuah penelitian yang baru, tujuannya adalah untuk memberikan sebuah gambaran mengenai penelitian yang sedang dilakukan dan menjadi bahan acuan. Maka dari itu, perlu untuk mencantumkan beberapa hasil dari penelitian terdahulu sesuai dengan topik yang sedang diteliti.

Nama	Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Analisis
Lina Ayu Safitri, Chriswardana Bayu Dewa 2022	Analisa Kebijakan Pemberlakuan PPKM Pada Masa Pandemi COVID-19 Terhadap Industri Skala Kecil Dan Menengah Makanan Dan Minuman	Analisa Dampak PPKM saat pandemi	Metode analisis deskriptif, pendekatan kualitatif	Banyak para UMKM yang terdampak dari adanya pemberlakuan PPKM, dampak yang dirasakan berupa gangguan dalam proses jual beli dan strategi pemasaran, hingga mengalami pailit karena tidak dapat menyanggupi biaya produksi. Sehingga perlu adanya inovasi untuk dapat bertahan di era pandemi.
MND Andayana 2020	Perubahan Perilaku Konsumen Dan Eksistensi UMKM Di Era Pandemi COVID-19	<i>Consumer Behavior</i>		Dengan adanya penurunan kegiatan masyarakat, daya beli masyarakat juga menurun dan tingkat pertumbuhan perekonomian juga menurun. Hal ini menyebabkan adanya perubahan perilaku masyarakat yang lebih

				mengutamakan nilai produk, sistem berbelanja online, dan fokus pada produk dan jasa kesehatan. Maka dari itu untuk menjaga eksistensi UMKM perlu adanya penyesuaian yang strategis.
Atik Emilia Sula 2021	Analisis Bisnis Dan Tren Konsumsi Masyarakat Kabupaten Bangkalan Terhadap <i>Frozen Food</i> Pada Masa Pandemi COVID-19		Pendekatan Fenomenologi Kualitatif	Adanya pergeseran atau perubahan dalam perilaku konsumen terutama masyarakat yang selalu berbelanja bahan makanan segar di pusat belanja, di prediksi akan beralih kepada makanan cepat saji dengan jangka penyimpanan yang lama. Hal ini menjadikan produk <i>frozen food</i> sebagai produk yang berpeluang tinggi serta menjadi pilihan utama mayoritas masyarakat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya penjualan <i>frozen food</i> pada saat pandemi.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Sumber : Olahan Penulis

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu, penelitian ini akan merujuk kepada teori Atik Amelia Sula yang mengatakan bahwa usaha produk makanan beku memiliki peluang tinggi di era pandemi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah para pelaku usaha makanan beku di lingkup kota mengalami peningkatan penjualan pada saat pandemi dan apakah usaha makanan beku akan tetap memiliki prospek yang baik di masa depan.

2.2 Industri Makanan Pada Lingkup Kota

Industri makanan telah berkembang pesat selama tahun ke tahun, dimana industri makanan menjadi salah satu penopang kehidupan masyarakat dan pertumbuhan negara. Dengan begitu, tentu setiap dari para industri makanan akan menyusun strategi untuk terus dapat bertahan dengan adanya perubahan zaman dan gaya hidup masyarakat pada waktu ke waktu. Dengan semakin berkembangnya kekuatan teknologi dan perubahan budaya kehidupan masyarakat, industri makanan selalu akan berinovasi dan berkembang (MD Earle, 1997). Area perkotaan menjadi salah satu target bagi setiap industri sektor makanan untuk beroperasi. Kemudahan dalam mengakses informasi dan adaptasi dengan perubahan budaya yang cepat, memberikan kemudahan bagi setiap pelaku usaha makanan dapat memanfaatkannya untuk berinovasi.

Banyak UMKM sektor makanan pada area perkotaan Indonesia telah memperhatikan pengaruh dari perubahan zaman ini sebagai kunci untuk dapat meraih keuntungan, sehingga tidak dapat dipungkiri semakin hari semakin banyak inovasi makanan ataupun minuman yang ada di area perkotaan telah menyerap budaya asing. Semakin banyak jumlah masyarakat yang tinggal di perkotaan, semakin besar peluang untuk industri makanan melebar dan berkembang pesat. Hal ini juga tentunya mengundang setiap industri makanan yang berasal dari luar untuk dapat beroperasi di area perkotaan, dengan adanya kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih besar.

2.3 Dampak Dari Fenomena Pandemi COVID-19

2.3.1 Guncangan Perekonomian Industri Makanan

Pandemi COVID-19 memaksa pemerintah untuk menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau biasa disebut “*lockdown*”. Karantina wilayah atau “*lockdown*” ini diterapkan oleh pemerintah negara Indonesia dengan tujuan untuk memperlambat dan menghentikan penyebaran virus COVID-19 lebih luas lagi. Tentu bila dipandang dalam satu sisi hal ini memiliki dampak yang positif bagi angka kesehatan masyarakat negara ini, namun begitu angka kesehatan tidak akan naik bila masyarakat tidak mendapat asupan bahan makanan. Dengan diberlakukannya karantina

wilayah, masyarakat tidak dapat berpenghasilan dan berujung tidak dapat memenuhi kebutuhan pangan mereka. Hal ini tentunya memberikan sebuah dampak negatif kepada pihak masyarakat dan juga negara, dimana yang pada akhirnya menyebabkan penurunan perekonomian negara secara drastis dan kesejahteraan masyarakat Indonesia dipertanyakan. Selain itu, hal ini tentunya berdampak kepada sektor makanan, kegiatan industri makanan yang semakin merendahkan akibat dari penurunan daya beli masyarakat, kapasitas dalam memproduksi, dan pendistribusian bahan pangan memberikan dampak yang cukup besar kepada segi perekonomian dan juga segi sosial (Anugrah, I.S, 2020).

2.3.2 Perubahan Perilaku Konsumsi Pangan Masyarakat Perkotaan

Perilaku konsumen adalah sebuah studi yang mempelajari tentang sikap individu, kelompok, atau organisasi dalam mempertimbangkan, memilih, membeli, memanfaatkan, hingga mengevaluasi sebuah produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan mereka (Kotler & Keller, 2011). Perilaku konsumsi dipengaruhi oleh banyak dorongan seperti adanya dorongan untuk mencari solusi atau alternatif dari sebuah permasalahan yang terjadi, dorongan dari adanya keinginan untuk mendapatkan kesenangan, dan dorongan yang didapatkan dari pengaruh lingkungan sehingga mempengaruhi perasaan seseorang. Kemudahan dalam mengakses dan kekuatan teknologi juga sangat mempengaruhi perilaku seseorang dalam memenuhi kebutuhannya, terutama kepada konsumen yang tinggal di area perkotaan yang memiliki tingkat aktivitas tinggi dan juga kekuatan teknologi.

Dengan adanya penerapan PPKM oleh pemerintah di era pandemi, tentu memberikan sebuah tantangan bagi masyarakat area kota dalam hal memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari. Salah satu perubahannya adalah masyarakat yang sebelumnya cenderung membeli bahan makanan segar di pasar memilih untuk beralih kepada produk makanan beku. Hal ini dilakukan dengan melihat adanya keuntungan dan manfaat yang didapatkan dari mengonsumsi produk ini, penyajian yang cepat dan jangka penyimpanan yang panjang menjadikan produk makanan beku pilihan utama oleh para masyarakat lingkup kota pada era pandemi (AE Sula, 2021).

2.4 Tinjauan Mengenai Usaha Frozen Food

2.4.1 Frozen Food

Kebiasaan membekukan makanan ternyata sudah dilakukan oleh para manusia pada zaman paleolitikum, dimana mereka menyimpan bahan makanan mereka di bongkahan es dan salju. Hal ini kemudian berkembang seiring berjalannya waktu, hingga pada tahun 1834 dimana seorang bernama Jacob Perkins berinovasi menciptakan mesin pembuat es pertama. Hingga pada tahun 1865, penggunaan mesin es atau pendingin semakin berkembang, sehingga mulai lah muncul inovasi dalam membekukan makanan untuk penyimpanan jangka panjang. Hal ini semakin memperluas kesempatan dalam meraih keuntungan bagi banyak negara, seperti contohnya yaitu mulai nya kegiatan ekspor daging dari Australia dan New Zealand menuju London (JA Evans, 2009).

Dengan seiring berjalannya waktu, inovasi produk makanan beku atau yang biasa disebut sebagai *frozen food* pun semakin dikenal oleh dunia. Pada dasarnya, produk makanan beku adalah sebuah produk pangan yang diawetkan dengan proses pembekuan untuk penyimpanan jangka panjang. Produk makanan beku dapat berbentuk daging yang belum diolah seperti daging hewan ternak yaitu sapi, ayam, domba, dan hewan ternak lainnya. Produk makanan beku juga dapat berbentuk dalam makanan yang sudah diolah terlebih dahulu, sehingga menjaga kesegaran dan keawetan makanan tersebut maka perlu adanya proses pembekuan.

1. Makanan Beku Mentah/Daging Mentah

Makanan beku mentah berupa bahan makanan mentah yaitu daging mentah yang kemudian melewati proses pembekuan untuk penyimpanan jangka panjang dan keperluan distribusi. Daging yang biasa digunakan sebagai produk makanan beku ini adalah daging ayam, daging sapi, daging domba, daging kambing, daging ikan, dan sebagainya. Jangka waktu ketahanan daging beku dapat mencapai 6 hingga 12 bulan, selama proses penyimpanan dilakukan dengan benar dan tempat penyimpanan dapat dipastikan higienis. Untuk di Indonesia sendiri, cukup banyak para pelaku usaha yang menjual atau

memproduksi daging beku, namun produk daging beku belum terlalu diterima di pasar Indonesia. Mengingat bahwa perilaku masyarakat yang masih terikat dengan membeli bahan makanan seperti daging di pasar tradisional, dan tentu adanya perbedaan dalam harga.

2. Makanan Beku Olahan

Makanan beku olahan adalah produk makanan daging yang telah diolah terlebih dahulu, dengan tujuan memudahkan konsumen dalam hal konsumsi. Yang perlu dilakukan konsumen hanyalah memanaskan produk makanan beku tersebut, dapat menggunakan *microwave*, penggorengan, atau dengan cara dikukus.

2.4.2 Kunci Proses Produksi Makanan beku

Dalam pembuatan makanan beku, tentu perlu memperhatikan beberapa elemen penting dalam proses produksi. Tujuannya adalah agar produk yang diproses aman untuk di konsumsi dan tidak gagal. Dalam proses produksi makanan beku, suhu pembekuan yang tepat sangatlah penting dalam berhasilnya pengontrolan keawetan makanan tersebut. Ukuran dan bentuk dari makanan tersebut, beserta dengan kecepatan dan suhu yang dingin menjadi faktor penting dalam hal pembekuan (Huan et al, 2003). Tujuan dari adanya proses pembekuan yang tepat juga untuk mengontrol pertumbuhan mikroorganisme seperti bakteri berbahaya yang dapat berpengaruh negatif terhadap tubuh manusia. Pertumbuhan mikroorganisme berbahaya dapat menyebabkan adanya pertumbuhan jamur pada produk makanan, hal ini akan merubah bau dan bentuk dari makanan tersebut dan berpotensi untuk menciptakan parasit atau virus berbahaya (DW Sun, 2005).

2.5 Marketing Mix 4P

Teknik Marketing Mix 4P adalah sebuah alat pemasaran yang digunakan oleh para pelaku usaha untuk mendapatkan sebuah respon yang diinginkan terhadap produk atau jasa pada pasar yang ditargetkan (Riaz, 2011). Teknik pemasaran ini mengacu pada 4 komponen yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. *Product* mengacu kepada produk atau jasa yang ditawarkan pelaku usaha terhadap konsumen, mulai dari klasifikasi, kegunaan, dan kebutuhan yang terjawabkan melalui produk tersebut. *Price*

berbicara mengenai biaya atau harga yang diberikan terhadap konsumen, dan pada komponen strategi ini perlu adanya penentuan harga yang baik untuk dapat bertahan dan bersaing. *Place* berbicara mengenai lokasi atau tempat usaha dijalankan, pemilihan lokasi yang strategis dan benar sangat penting dalam menjangkau target pasar. *Promotion* mengacu kepada teknik pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan dan menarik konsumen, sehingga tercapainya proses jual beli dan target penjualan.

2.6 Strategi Dan Peluang Pada Sektor Makanan Beku

2.6.1 Proses Jual Beli Online Sebagai Solusi

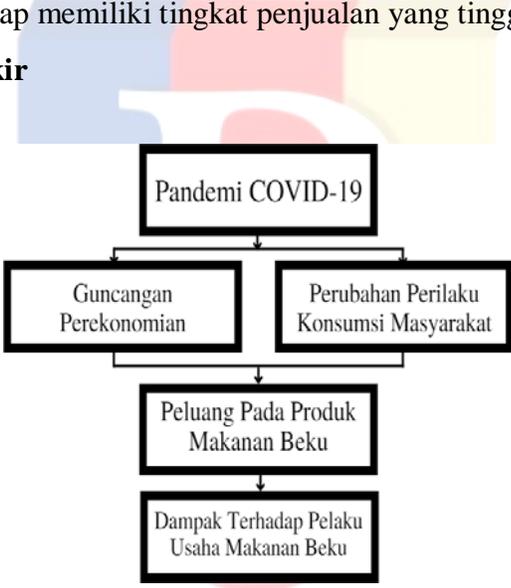
Dalam menghadapi situasi seperti *lockdown*, tentu para masyarakat dan pemerintah bekerja sama dalam menciptakan sebuah strategi untuk bertahan. Salah satu strategi yang telah digunakan dan terbukti berhasil adalah dengan adanya kegiatan jual beli online, melalui berbagai macam platform berjualan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berpenghasilan dan juga memenuhi kebutuhan mereka. Pada industri makanan sendiri, salah satu jenis produk yang menjadi pilihan masyarakat adalah makanan beku. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pencarian makanan beku oleh masyarakat, mengindikasikan bahwa usaha makanan beku telah berhasil beradaptasi dan mampu memberikan jawaban kepada masyarakat.

2.6.2 Prospek Produk Makanan Beku

Semakin berjalannya waktu, penggunaan aplikasi jual beli oleh masyarakat semakin meningkat. Kemudahan yang ditawarkan kepada setiap konsumen dan pelaku usaha memberikan sebuah jawaban yang bersifat positif, dimana kegiatan usaha yang semakin canggih dan mudah, serta menyediakan penghasilan bagi mereka yang belum mendapatkan pekerjaan. Berjual beli online merupakan sebuah prospek yang sangat baik bagi para pelaku usaha, terutama untuk para pelaku usaha makanan beku. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pencarian produk makanan beku oleh masyarakat di internet, dan semakin banyak nya pelaku usaha makanan beku bermunculan. Karantina wilayah atau *lockdown* yang diberlakukan pemerintah memberikan dampak perubahan gaya makan yang berbeda, masyarakat cenderung lebih memilih untuk memakan produk yang lebih sehat, cepat, bernutrisi, dan mudah untuk dikonsumsi (Rosa Cascas,2021)

Walaupun produk makanan beku memiliki prospek yang baik, era pandemi COVID-19 memiliki kemungkinan untuk segera berakhir. Hal ini ditandai dengan kegiatan masyarakat area perkotaan yang telah berangsur pulih, pemerintah juga telah memberikan kelonggaran bagi masyarakat sehingga aktivitas masyarakat dapat kembali dilakukan di luar rumah. Hal ini tentu menjadi sebuah pertanyaan besar, apakah produk makanan beku akan tetap memiliki prospek yang tinggi seperti pada awal era pandemi. Bila pandemi telah berakhir dan masyarakat kembali kepadaperilaku konsumsi sebelum pandemi, akan ada sebuah kemungkinan dimana produk makanan beku mengalami penurunan. Hal ini tentunya menjadi sebuah dorongan bagi para pelaku usaha makanan beku untuk berinovasi dan menyusun strategi mengenai bagaimana mereka tetap memiliki tingkat penjualan yang tinggi.

2.7 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir

Sumber : Olahan Penulis