

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Anemia**

Anemia yaitu suatu keadaan dimana kadar Hemoglobin (Hb) di dalam darah lebih rendah dari nilai normal untuk kelompok orang menurut umur dan jenis kelamin, pada wanita remaja hemoglobin normal adalah 12-15 g/dl dan pria remaja 13-17 g/dl (Adriani, 2017).

Berdasarkan Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia 2017, prevalensi anemia di antara anak umur 5-12 di Indonesia adalah 26%, pada wanita umur 13-18 yaitu 23%. Prevalensi anemia pada pria lebih rendah dibanding wanita yaitu 17% pada pria berusia 13-18 tahun (Kemenkes, 2018). Sejalan dengan survei kesehatan rumah (SKRT) tahun 2016, menyatakan prevalensi anemia pada remaja putri usia 15-20 tahun ialah 57,1%. Di Provinsi Riau, prevalensi yang mengalami anemia yaitu 25,1% dan 19,4% berada pada usia 15-24 tahun. Angka kejadian anemia pada perempuan 18,1% dan laki-laki 7% (Natalia, 2018).

Remaja putri secara normal akan mengalami kehilangan darah melalui menstruasi setiap bulan. Bersamaan dengan menstruasi akan dikeluarkan sejumlah zat besi yang diperlukan untuk pembentukan hemoglobin. Hal ini merupakan salah satu penyebab prevalensi anemia cukup tinggi pada remaja wanita. Penyebab anemia yang dialami remaja yaitu kurangnya pengetahuan anemia dan asupan gizi sehingga mempengaruhi pemilihan dalam konsumsi makanan yang bergizi, tidak terbiasanya sarapan pagi, adanya kebiasaan minum teh dan kopi yang dilakukan remaja menjadipenyebab terhambatnya proses penyerapan zat besi di dalam tubuh, serta asupan beberapa zat gizi seperti energi, protein, dan vitamin C yang kurang dari AKG serta asupan zat besi yang defisit pada masing-masing partisipan serta tidak rutinnnya remaja putri dalam mengkonsumsi tablet Fe merupakan faktor utama menyebabkan partisipan menderita anemia (Budiarti dkk, 2020).

## **B. Definisi Produk**

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu kegiatan perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang tujuannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan bagi perusahaan produk merupakan suatu alat perusahaan untuk mencapai tujuannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Produk merupakan seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya (Alma, 2015).

Atribut Produk yaitu Kemampuan manajemen untuk meletakkan posisi produk melalui atribut produk yang dimiliki secara tepat di pasar merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan suatu produk di pasaran. Produk adalah seperangkat atribut dan manfaat yang dianggap penting hingga tidak penting oleh pemakainya. Atribut produk adalah pengembangan suatu produk perlu dilakukan dengan mendefinisikan manfaat yang akan ditawarkan, yang dikomunikasikan dan disampaikan melalui atribut produk, seperti kualitas, fitur, gaya dan desain (Firmansyah, 2019).

Menurut (Firmansyah, 2019) atribut-atribut produk meliputi beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama untuk pemasar. Ini memiliki dampak langsung pada kinerja produk. Untuk itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan

2. Fitur produk

Fitur produk adalah suatu produk bisa ditawarkan dalam beragam fitur, model dasar, model tanpa tambahan apapun, ini merupakan titik awal. Fitur yaitu sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk pesaing

3. Gaya dan Desain Produk

Desain memiliki konsep yang lebih luas dibanding daya (style). Selain mempertimbangkan faktor penampilan, desain juga bertujuan untuk memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi dan menambah keunggulan bersaing

4. Merek

Merek (brand) adalah nama, istilah, tanda, lambang atau desain. Atau kombinasi semuanya, yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk jasa. Konsumen akan memandang sebagai bagian penting dari produk dan penetapan merek bisa menambah nilai bagi suatu produk

5. Kemasan

Kemasan (packaging) melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus sebuah produk. Kemasan yang didesain buruk dapat menyebabkan konsumen enggan membelinya dan perusahaan akan kehilangan penjualan. Sebaliknya, jika kemasan inovatif akan bisa memberikan manfaat pada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan

6. Label

Label bisa berupa penanda sederhana yang ditempelkan pada produk hingga rangkaian huruf rumit yang menjadi bagian kemasan. Label ini memiliki beberapa fungsi diantaranya menunjukkan produk atau merek dan menggambarkan beberapa hal tentang produk

**C. Definisi Kekian**

Kekian umumnya berbahan baku ikan dan dikenal sebagai produk dengan tekstur yang unik dan nilai gizi tinggi khususnya protein (Jin dkk, 2009). Produk kekian merupakan salah satu produk diversifikasi perikanan dimana tekstur menjadi satu parameter penting dalam penentuan mutunya. Standar mutu yang diharapkan oleh konsumen yaitu mempunyai tekstur yang kenyal dan padat, dengan cita rasa yang khas dan enak. Mutu kekian sangat penting dan harus diperhatikan agar kekian dapat diterima oleh konsumen atau masyarakat. Proses pembuatan kekian yang tidak tepat dan tidak baik seperti pencampuran bahan maupun proses pengukusan dapat menyebabkan hasil kekian yang tidak baik atau tidak mendapatkan mutu yang diinginkan. Persyaratan mutu kandungan gizi

berdasarkan kebutuhan lauk hewani remaja putri menurut Angka Kecukupan 13 Gizi (2019) yaitu protein 19.45 g, lemak 14.4 g, karbohidrat 12.9 g, zat besi 3.75 g, vitamin C 3.5 g, serta energi 86.47 kkal. Mutu kimia kekian sama seperti bakso daging yaitu SNI 3818:2014. Berikut merupakan mutu kimia kekian

Tabel 1. SNI 3818:2014 Mutu Kimia Kekian

Parameter Uji	Satuan	Persyaratan
<b>a. Sensorik</b>		<b>Min. 7 (Skor3-9)</b>
<b>b. Kimia</b>		
- Kadar Air	%	<b>Maks 70.0</b>
- Kadar Protein	%	<b>Min 8.0</b>
- Kadar Lemak	%	<b>Maks 10.0</b>

(Badan Standarisasi Nasional)

#### D. Komposisi Kekian

##### 1. Daging Ayam

Daging broiler mengandung beberapa sumber protein hewani yang berkualitas tinggi dengan kandungan nutrisi yang lengkap dan zat lainnya yang dibutuhkan tubuh. Daging broiler memiliki proporsi bagian karkas adalah bagian sayap, paha dan dada berturut-turut sebanyak 15 %, 17,5 % dan 30 % dari bobot karkas. Sedangkan komposisi kimia daging dada ayam pedaging yaitu kadar air 73,31 %, protein 23,65 %, lemak 1,28 %, abu 1,06 % dan karbohidrat 0,70 % (Harjanto, 2006).

##### 2. Jamur Tiram

Pada saat ini, jamur tiram putih sangat populer dan diminati oleh masyarakat dengan beberapa faktor seperti kaya nutrisi, rendah lemak, tinggi protein, dan mudah diaplikasikan untuk semua jenis olahan (Puspitasari et al., 2014).

Jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) dinamakan demikian karena bentuknya seperti tiram atau oyster mushroom yang berwarna putih susu mempunyai struktur bagian utama seperti tudung dan tangkai serta struktur bagian lainnya (Sumarni, 2006).

Struktur utama 6 berupa tudung (*Pileus*) berbentuk cangkang tiram berdiameter 4 – 16 cm, permukaan bagian bawah tudung berbentuk berlapis-lapis seperti insang ikan (*lamella*), pelekatan *lamella* sampai ke tangkai disebut *dicdirent* dan ukuran tangkai sekitar 2 – 7 cm tergantung iklim serta kondisi lingkungan sekitar (Widodo, 2007).

### 3. Daun Kelor

Kelor (*Moringa oleifera* L.) merupakan tanaman yang tumbuh pada dataran rendah maupun dataran tinggi hingga ketinggian  $\pm 1000$  dpl. Daun kelor di Indonesia dikonsumsi sebagai sayuran dengan rasa tidak sedap selain itu dapat digunakan sebagai pakan ternak karena dapat meningkatkan perkembangbiakan ternak khususnya unggas serta daun kelor juga dapat dijadikan obat-obatan dan penjernih air (Kurniasih, 2014).

Tanaman kelor merupakan tanaman yang mampu beradaptasi dan toleran terhadap kondisi lingkungan sekitar sehingga mudah tumbuh dimana saja walaupun dalam kondisi lingkungan ekstrim. Tanaman kelor dapat bertahan dalam musim kering yang panjang dan tumbuh dengan baik di daerah dengan curah hujan tahunan berkisar antara 250 sampai 1500 mm. Tanaman kelor lebih suka tanah kering, lempung berpasir atau lempung, namun tidak menutup kemungkinan tanaman kelor dapat hidup di tanah yang didominasi tanah liat (Krisnadi, 2015).

### 4. Kembang Tahu

Kembang tahu atau yuba merupakan olahan makanan dengan cara menambahkan sari kedelai dengan perbandingan 1:8 hingga membentuk lapisan tipis dengan suhu  $85^{\circ}\text{C}$  dengan waktu 5 menit, jika lapisan tipis sudah terbentuk maka diangkat dengan alat seperti tusuk sate Panjang. Setelah diambil, lembaran baru akan terbentuk lagi hingga 8x atau hingga tak bisa dibentuk. Terbentuknya kembang tahu yaitu karena adanya protein yang tinggi dari kacang tanah dan kacang kedelai, lemak, karbohidrat dalam kembang tahu sehingga berfungsi sebagai pembentuk rasa. Pemanfaatan kembang tahu yaitu sebagai campuran masakan seperti capcay, dan olahan pangan seperti *ekkado*, *chicken roll*, *kekian* (Saparianti, 2015)

### 5. Garam

Garam merupakan serbuk berwarna putih yang mengandung tinggi NaCl. Garam konsumsi beryodium merupakan garam yang telah diperkaya dengan yodium yang diperlukan tubuh untuk pertumbuhan dan kecerdasan. Yodium difortifikasikan dalam garam sebagai zat adiktif atau suplemen dalam bentuk ( $\text{KIO}_3$ ). Garam beryodium yang dianjurkan

dikonsumsi ialah yang memenuhi SNI yaitu yang mengandung  $KIO_3$  sebesar 30-80 ppm (Palupi, 2008)

#### 6. Kaldu bubuk

Kaldu merupakan produk yang diperoleh dari daging sapi atau daging unggas dengan cara memasak bahan yang kaya protein dan air, dengan atau tanpa penambahan bumbu, lemak yang dapat dimakan, natrium klorida dan rempah-rempah untuk meningkatkan rasa (BSN, 1996). Kaldu merupakan salah satu jenis flavour yang ditambahkan ke produk pangan olahan sehari-hari. Flavor sangat penting untuk bahan pangan, penambahan flavor dalam pengolahan makanan dapat memperbaiki aroma dan meningkatkan rasa. Pada saat bahan makanan baru dihidangkan, yang dinilai tidak hanya dari aspek nutrisi, fungsional dan harga, tetapi flavor juga merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan oleh konsumen. Penggunaan kaldu yang praktis dan efisien sebagai penyedap rasa atau pengaroma masakan akan menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Kaldu instan yang sering digunakan adalah kaldu dengan aroma daging ayam, udang dan daging sapi. Daging sapi mengandung protein (16-22%), lemak (1,5-13%), mineral, vitamin A dan B. Keistimewaan protein hewani termasuk daging sapi dibandingkan dengan protein nabati, yakni mengandung asam-asam amino esensial yang lengkap, seimbang, dan lebih mudah dicerna (Rusman, 2012).

#### 7. Minyak Wijen

Wijen merupakan salah satu komoditas sumber minyak nabati. Minyak dari biji wijen telah digunakan sebagai minyak makan, seasoning, atau salad oil. Minyak wijen mengandung banyak asam lemak tak jenuh, terutama asam oleat dan asam linoleat. Minyak wijen juga mengandung banyak vitamin E dan komponen fungsional lainnya yang berguna bagi kesehatan. Ada tiga macam proses pengolahan minyak wijen, yaitu dengan pengepresan dingin, pengepresan panas, dan penyang-raian biji wijen. Perlakuan panas selama proses pengolahan minyak wijen akan mempengaruhi komposisi asam lemak dan juga senyawa fungsional dalam minyak wijen. Teknik pengepresan dingin dapat meningkatkan kualitas minyak wijen yang dihasilkan (Handajani dkk., 2006). Minyak

wijen yang dihasilkan dari proses pengepresan dingin ini dikenal dengan nama (VSO).

#### 8. Merica / Lada

Lada merupakan komoditas yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di dunia sebagai bumbu masak (Srinivasan, 2007). Selain sebagai rempah, lada juga banyak dimanfaatkan dalam bidang kesehatan sebagai bahan baku jamu, karena memiliki banyak khasiat antara lain untuk memperbaiki sistem pencernaan, melancarkan peredaran darah, menurunkan kadar kolesterol, sebagai anti oksidan dan anti kanker (Kakarala et al., 2010),

#### 9. Bawang Putih

Bawang putih (*Allium sativum L.*) merupakan tanaman dari keluarga Alliaceae. Tanaman ini memiliki kisaran tinggi 20-40 cm dengan umbi yang memiliki bau yang kuat dan rasa yang tajam (Strika dkk., 2017). Bawang putih mudah tumbuh dan dapat tumbuh di iklim sedang. Terdapat berbagai jenis atau subspecies bawang putih, terutama bawang putih hardneck dan bawang putih softneck (Bayat dkk, 2014). Bawang putih mengandung sekitar 65% air, 28% karbohidrat (fruktan), 2,3% senyawa organosulfur, 2% protein (*alliinase*), 1,2% asam amino bebas (*arginine*) dan 1,5% serat (Santhosha dkk., 2013). Bawang putih berasal dari Asia Tengah dan telah menjadi salah satu tanaman budidaya paling awal. Bawang putih memiliki aroma yang khas, dihasilkan dari sulfur yang terkandung dalam bawang putih (Strika dkk., 2017). Senyawa sulfur yang disebut allicin pada bawang putih dihasilkan ketika bawang putih dicincang atau dikunyah (Fufa, 2019).

### **E. Konsisi Umum Lingkungan**

#### 1. Potensi Sumber Daya

Tanaman kelor (*Moringa oleifera Lamk.*) merupakan tanaman paling kaya nutrisi yang banyak dimanfaatkan di negara Asia dan Afrika sebagai bahan pangan dan pengobatan karena lebih banyak mengandung protein, vitamin, mineral, anti-oksidan kuat tertinggi, dan asam amino esensial lengkap dibanding tanaman lainnya (Amzu, 2014, Moyo, 2011, Mahmood, 2010). Menurut Kepmen dalam negeri RI no. 140-9756 tahun 2016 Indonesia memiliki 74.910 desa, dimana masyarakat desa tersebut membutuhkan penguatan kapasitas sumberdaya manusia untuk

meningkatkan kesejahteraan mereka. Salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan mereka adalah diantaranya adalah pemberdayaan konservasi tanaman kelor, melalui gerakan penanaman dan pemanfaatan tanaman kelor dalam rangka mendukung gerakan nasional sadar gizi, mengatasi malnutrisi, peningkatan hasil produksi pertanian di Indonesia.

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Tahun 2015. Populasi ayam ras pedaging di Indonesia Tahun 2015 menempati populasi hewan ternak terbanyak dibandingkan populasi hewan ternak lainnya, yaitu sebanyak 1.528.329.18 ekor pada Tahun 2015 meningkat 27,13% dari populasi lima tahun silam sebanyak 1.178.000 ekor.

Menurut Badan Pusat Statistik (2021), bahwa produsen jamur tiram di Jawa Timur pada tahun 2019-2020 masing-masing sebesar 86,058 kuintal dan sebesar 70.805 kuintal. Hal tersebut dapat menjadi peluang petani untuk membuat usaha budidaya jamur, dimana ditekankan kepada hubungan dengan sumberdaya manusia dan berbagai hasil terkait dengan perilaku kewirausahaan

## 2. Peluang Pasar

Produk kekian kekinian bisa menjadi inovasi baru dalam pangan khususnya dalam pengganti pilihan lauk hewani. Kekian kekinian bisa menjadi produk pilihan lauk hewani tinggi protein, zat besi, dan kekian masih jarang dijual di pasar Indonesia. Perbedaan produk kekian kekinian dengan produk lauk hewani lainnya adalah produk ini memiliki zat besi, protein yang lebih tinggi. Selain itu produk kekian tidak menggunakan MSG. Pasar yang digunakan untuk mengawali bisnis ini adalah para penderita anemia dan masyarakat yang sedang menjalankan pola makan yang sehat.

## F. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (strengths, weaknesses, opportunities,



threats). SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis (Rangkuti 2008).

Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Nisak 2013). Menurut David (2008) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis (Rangkuti 2008).

Sedangkan menurut Jogiyanto (2005) SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. Berikut merupakan gambaran umum analisis swot:

1. Strengths (kekuatan), adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.
2. Weakness (kelemahan), adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.
3. Opportunities (peluang), adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan–kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi

dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

4. Threats (ancaman), adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

## **G. Analisis BEP**

Break even point / titik impas / titik pulang pokok mempunyai definisi pendapat yang berbeda-beda dari para ahli tetapi pada prinsipnya mempunyai konsep dasar yang sama. Menurut Darminto (2020), mengatakan Analisis Break Even Point adalah tekni analisis yang digunakan untuk menentukan tingkat penjualan dan komposisi produk yang diperlukan hanya untuk menutup semua beban yang terjadi selama periode tertentu. Titik impas (Break Even Point) adalah titik dimana total beban sama dengan total pebghasilan. Dengan demikian , pada titik impas tidak ada laba maupun rugi yang diterima oleh perusahaan.

Menurut Diana (2021), mengatakan Analisis Break Even Point (BEP) adalah suatu titik dimana perusahaan didalam operasinya tidak memperoleh keuntungan dan tidak menderita kerugian . dengan kata lain. pada keadaan itu keuntungan atau kerugian sama dengan nol. Menurut kamaludin (2019), mengatakan, analisis BEP merupakan analisis ang menunjukkan hubungan antara investasi dan volume produksi atau penjualan untuk mendapatkan suatu tingkat profitabilitas.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwan Break Even Point adalah keadaan dimana perusahaan tidak mengalami kerugian ataupun keuntungan atau total pendapatan dan total biaya sama dengan nol. Sedangkan Analisis Break Even Point adalah suatu keadaan dimana perusahaan beroperasi dalam kondisi tidak memperoleh pendapaatan (laba) dan tidak juga mengalami kerugian. Artinya dalam kondisi ini jumlah pendapatan yang diterima oleh perusahaan sama dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Dengan analisis ini manajemen dapat melihat bagaimana biaya berperilaku, pengaruh perubahan biaya variabel dan tetap

terhadap laba pada berbagai tingkat keluaran, ataupun menentukan volume produksi yang harus dijual untuk mendapatkan laba yang optimal.