

BAB I

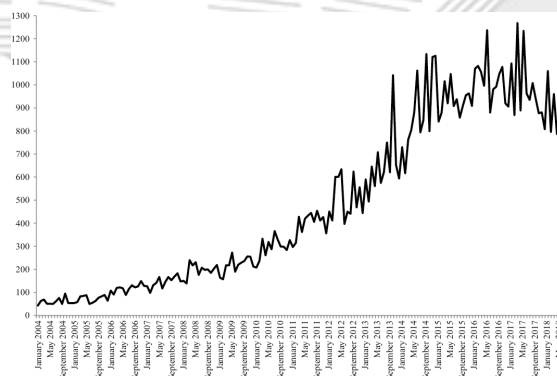
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah ‘diet bebas *gluten*’ telah menjadi istilah yang umum saat ini, mulai dari berbagai artikel di internet, media sosial, hingga pada label makanan di supermarket dan pada buku menu di berbagai restoran. Gambar 1.1 menunjukkan tren istilah bebas *gluten* yang bermunculan di berbagai artikel surat kabar pada tahun 2004-2018, dimana istilah ini menunjukkan peningkatan popularitas yang tinggi. Bahkan, pada tahun 2013, makanan bebas *gluten* menempati posisi lima pencarian teratas di Google (Masih & Sharma, 2016). Pada dasarnya, diet bebas *gluten* merupakan pola makan yang menghindari secara keseluruhan makanan yang mengandung *gluten*, yaitu kompleks protein yang ada dalam produk makanan dari gandum, *rye*, *barley*, *oat*, *spelt*, kamut atau strain hibridisasinya (Melini & Melini, 2019); seperti pada produk roti, pasta, dan sereal (Jones, 2017).

GAMBAR 1.1

Kemunculan Istilah Bebas *Gluten* dalam Artikel Surat Kabar, 2004-2018



Sumber: Ates & Lusk (2020)

Diet bebas *gluten* sendiri mendorong substitusi dari produk makanan yang mengandung *gluten* ke produk yang bebas dari *gluten*. Selama dua dekade terakhir, semakin banyak produk substitusi bebas *gluten* telah memasuki pasar. Pada awalnya, produk makanan bebas *gluten* hanya dijual di toko khusus untuk makanan diet, namun produk makanan ini kini telah memasuki bermacam-macam supermarket umum yang diatur melalui ketentuan khusus mengenai definisi dan pelabelannya (Gorgitano & Sodano, 2019). Berbagai macam produk substitusi bebas *gluten* yang menarik dan lezat yang menjamin tidak adanya *gluten* telah secara khusus diproduksi dengan tanda yang diakui secara internasional, yaitu tanda silang pada bagian telinga gandum (Sapone *et al.*, 2012), seperti terlihat pada Gambar 1.2. Produk makanan bebas *gluten* tersebut dapat dibuat dari berbagai sereal bebas *gluten* atau mengandung *gluten* dibawah batas minimal yang ditetapkan, seperti jagung, beras, dan sorgum (Khairuddin & Lasekan, 2021). Goi (2017) telah menjabarkan berbagai produk makanan yang diperbolehkan dan dihindari dikonsumsi oleh mereka yang menerapkan diet bebas *gluten*, seperti terlihat pada Tabel 1.1.

GAMBAR 1.2

Simbol Produk Makanan Tersertifikasi Bebas *Gluten*



Sumber: AO ECS (2022)

TABEL 1.1

Produk Makanan yang Diperbolehkan dan Dihindari dalam Diet Bebas *Gluten*

Diperbolehkan	Dihindari
<ul style="list-style-type: none">- Singkong- Jagung- Beras- Kacang polong- Kentang- Sagu- Sorgum- Kedelai- Tapioka- Beras	<ul style="list-style-type: none">- Gandum- Pati gandum- Kulit gandum- Rye (gandum hitam)- Tepung terigu- Produk olahan gandum lainnya

Sumber: Goi (2017)

Menurut Khairuddin & Lasekan (2021), produk makanan bebas *gluten* awalnya dibuat untuk konsumen yang menderita penyakit terkait *gluten* seperti alergi gandum, ataksia *gluten*, sensitivitas *gluten* non-celiac, ketergantungan gandum, anafilaksis yang diinduksi olahraga (WDEIA), dan yang paling terkenal, penyakit celiac. Diet ketat bebas *gluten* adalah satu-satunya langkah perawatan untuk konsumen dengan penyakit celiac karena telah terbukti menurunkan insiden penyakit terkait, seperti kanker gastrointestinal (Gaesser & Angadi, 2012). Konsumen dengan penyakit celiac memerlukan diet ketat bebas *gluten* seumur hidup, dan juga telah dihipotesiskan bahwa sebagian besar populasi mungkin tidak toleran *gluten* (memiliki sensitivitas *gluten* non-celiac) sehingga dapat mengambil manfaat dari pengurangan *gluten* dalam diet mereka (Wu *et al.*, 2015).

Prevalensi penyakit autoimun dan sensitivitas *gluten* di antara populasi yang besar telah mengakibatkan peningkatan penerimaan produk makanan bebas *gluten*.

Lebih lanjut, produk makanan bebas *gluten* telah menjadi industri makanan yang memiliki popularitas tinggi yang tidak terbatas diantara pasien dengan penyakit terkait *gluten*, tetapi juga bagi konsumen secara luas yang tertarik untuk mengikuti tren diet bebas *gluten* (Pellegrini & Agostoni). Bahkan, menurut Topper (2014), sebanyak 45% konsumen makanan bebas *gluten* adalah mereka yang tidak memiliki penyakit celiac ataupun intoleransi dan sensitivitas *gluten*, mendorong pertumbuhan pasar makanan bebas *gluten* secara signifikan. Hal ini dapat terlihat dari Tabel 1.2 yang menunjukkan beberapa alasan konsumen dalam mengikuti diet bebas *gluten*. Berdasarkan hasil survei yang ditunjukkan pada Tabel 1.2, sebagian besar konsumen yang membeli makanan bebas *gluten* belum didiagnosis menderita penyakit celiac; sekitar 72% membeli makanan versi bebas *gluten* untuk alasan lain termasuk mengatasi gejala seperti kelelahan, sakit perut, dan lainnya (Shoukas, 2014). Fenomena ini didorong beberapa hal, dengan alasan utama karena anggapan bahwa produk ini lebih sehat daripada produk yang mengandung *gluten* (Gaesser & Angadi, 2012). Konsumen modern saat ini telah semakin sadar akan arti penting pola makan sehat serta penyakit celiac dan masalah pencernaan terkait lainnya. Klaim bahwa makanan *gluten* memiliki manfaat dalam menurunkan berat badan dari para selebriti juga meningkatkan minat konsumen tanpa penyakit terkait *gluten* terhadap diet ini (Jones, 2017). Beberapa konsumen pun menganggap diet bebas *gluten* sebagai diet yang sangat seimbang dan sehat, terutama jika gandum utuh bebas *gluten* dikonsumsi (Rostami *et al.*, 2017).

TABEL 1.2Alasan Konsumen Mengikuti Diet Bebas *Gluten*

Alasan	Persentase Konsumen (%)
Belum didiagnosis, tetapi mengonsumsi makanan bebas <i>gluten</i> karena alasan selain sensitivitas atau intoleransi <i>gluten</i>	36
Telah didiagnosis penyakit celiac oleh dokter	28
Belum didiagnosis, tetapi mungkin menderita sensitivitas atau intoleransi <i>gluten</i>	17
Belum didiagnosis tetapi yakin bahwa menderita sensitivitas atau intoleransi <i>gluten</i>	11
Tidak yakin jika memiliki sensitivitas atau intoleransi <i>gluten</i> tetapi akan melakukan pemeriksaan.	9

Sumber: Shoukas (2014)

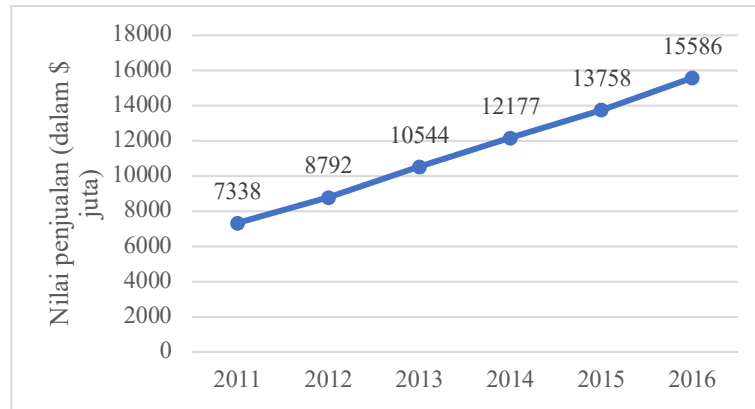
Popularitas produk makanan bebas *gluten* telah mendorong pertumbuhan permintaannya, dan akhirnya mendorong pertumbuhan nilai pasarnya yang telah meningkat secara signifikan. Pertama, prevalensi populasi yang diperkirakan dari penyakit celiac yang didiagnosis di banyak negara Barat telah mencapai 1% hingga 2-5%, sekitar 3 juta orang Amerika menderita penyakit celiac dan selanjutnya diperkirakan 40 juta menderita intoleransi atau sensitivitas *gluten*; telah diantisipasi pula bahwa jumlah pasien celiac diprediksi akan berlipat ganda setiap 15 tahun (Masih & Sharma, 2016) – dimana hal ini akan meningkatkan permintaan dan nilai pasar dari produk makanan bebas *gluten*. Fenomena ini tidak hanya teramati di negara-negara Barat, tetapi juga di Indonesia. Meskipun angka pasien penyakit

celiac belum dapat dipastikan, namun diduga prevalansinya mencapai 1 dari 100 orang (Goi, 2017). Tak hanya terbatas pada penderita penyakit celiac atau penyakit terkait *gluten* lainnya, permintaan akan produk makanan bebas *gluten* juga meningkat pada konsumen tanpa kendala medis tersebut. Salah satu survei konsumen juga menunjukkan bahwa diet bebas *gluten* telah menjadi tren makanan kesehatan paling populer di Amerika Serikat, dengan 1 dari 5 individu telah mengeliminasi atau mengurangi asupan *gluten* dalam makanan mereka (Miller, 2016). Hal ini menunjukkan adanya target konsumen dengan diet bebas *gluten* yang luas untuk dimanfaatkan oleh para pebisnis di bidang makanan dan minuman.

Permintaan akan produk makanan bebas *gluten* telah meningkat dari tahun ke tahun, seperti terlihat dari peningkatan penjualan produk ini pada Gambar 1.2. Dari tahun 2012 hingga 2020, nilai penjualan produk makanan bebas *gluten* terus bertumbuh seiring dengan permintaan konsumen yang terus meningkat. Sesuai dengan tren pertumbuhan nilai penjualan, nilai pasar berbagai produk makanan bebas *gluten* pun telah menunjukkan pertumbuhan signifikan dari tahun 2015 ke tahun 2020, seperti terlihat pada Tabel 1.3. Produk makanan bebas *gluten* berupa roti menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 10.7%, sereal dan makanan ringan sebesar 10.9%, pizza dan pasta sebesar 9.7%, makanan lainnya sebesar 9.6% (Masih *et al.*, 2019). Pertumbuhan signifikan dari nilai pasar produk makanan *gluten-free* dari tahun 2015 ke tahun 2020 sendiri menunjukkan bahwa permintaan konsumen bebas *gluten* telah meningkat, dengan beberapa produk unggulannya berupa roti, sereal dan makanan ringan, serta pizza dan pasta.

GAMBAR 1.2

Nilai Penjualan Makanan Bebas *Gluten*, 2011-2016



Sumber: Shoukas (2014)

TABEL 1.3

Nilai Pasar Produk Makanan Bebas *Gluten*, 2015 dan 2020

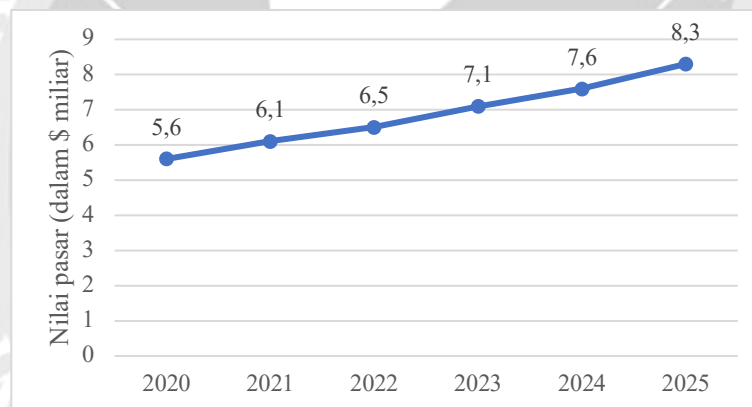
Produk Makanan Bebas <i>Gluten</i>	2015 (\$ juta)	2020 (\$ juta)	Tingkat Pertumbuhan Tahunan Gabungan (%)
Roti	1788.57	2975.28	10.7
Sereal dan Makanan Ringan	1020.03	1711.62	10.9
Pizza dan Pasta	843.49	1339.47	9.7
Lainnya	625.62	989.90	9.6

Sumber: Masih *et al.* (2019)

Pertumbuhan nilai pasar dari produk makanan bebas *gluten* pun diprediksi akan terus meningkat secara global, seperti terlihat pada Gambar 1.3. Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa nilai pasar produk makanan bebas *gluten* diprediksi akan meningkat dari bernilai \$ 5.6 Miliar pada tahun 2020 hingga mencapai nilai \$ 8.3 Miliar pada tahun 2025 (Wunsch, 2020). Kondisi ini terjadi karena didukung dengan adanya penawaran dengan profil rasa dan nutrisi yang lebih baik dari produsen makanan bebas *gluten*, sehingga produk bebas *gluten* dapat diminati oleh target pasar yang lebih luas.

GAMBAR 1.3

Prediksi Nilai Pasar Produk Makanan Bebas *Gluten*, 2020-2025



Sumber: Wunsch (2020)

Secara khusus, di Asia Pasifik, termasuk di Indonesia, pertumbuhan permintaan makanan bebas *gluten* – terutama pada produk roti dan panganan – pun telah meningkat dengan pesat, didorong oleh budaya kerja dan perubahan gaya hidup konsumen (Masih & Sharma, 2016). Selain itu, pendapatan konsumen yang lebih tinggi dan keberadaan merek-merek besar dari Barat yang berupaya mengambil pangsa pasar yang lebih besar dengan mengadopsi strategi pemasaran, meluncurkan produk baru, dan membangun pabrik produksi regional, yang pada

gilirannya mendorong pertumbuhan pasar di area ini, tidak terkecuali di Indonesia (KBV Research, 2018).

Tren permintaan dan pertumbuhan nilai pasar dari makanan bebas *gluten* sendiri menunjukkan bahwa permintaan konsumen akan produk makanan bebas *gluten* saat ini tinggi dan tidak akan menyusut dalam beberapa tahun ke depan – sebaliknya, akan terus meningkat, baik secara global maupun secara lokal di Indonesia. Hal ini menunjukkan peluang yang besar untuk dimanfaatkan oleh para pebisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman, yaitu untuk menyediakan pilihan menu yang berbahan dasar produk makanan bebas *gluten*. Para pebisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman perlu mengakomodasi perubahan permintaan konsumen ini agar dapat bersaing dengan para kompetitornya serta menjaring konsumen baru maupun mempertahankan konsumennya saat ini yang mengikuti diet bebas *gluten*.

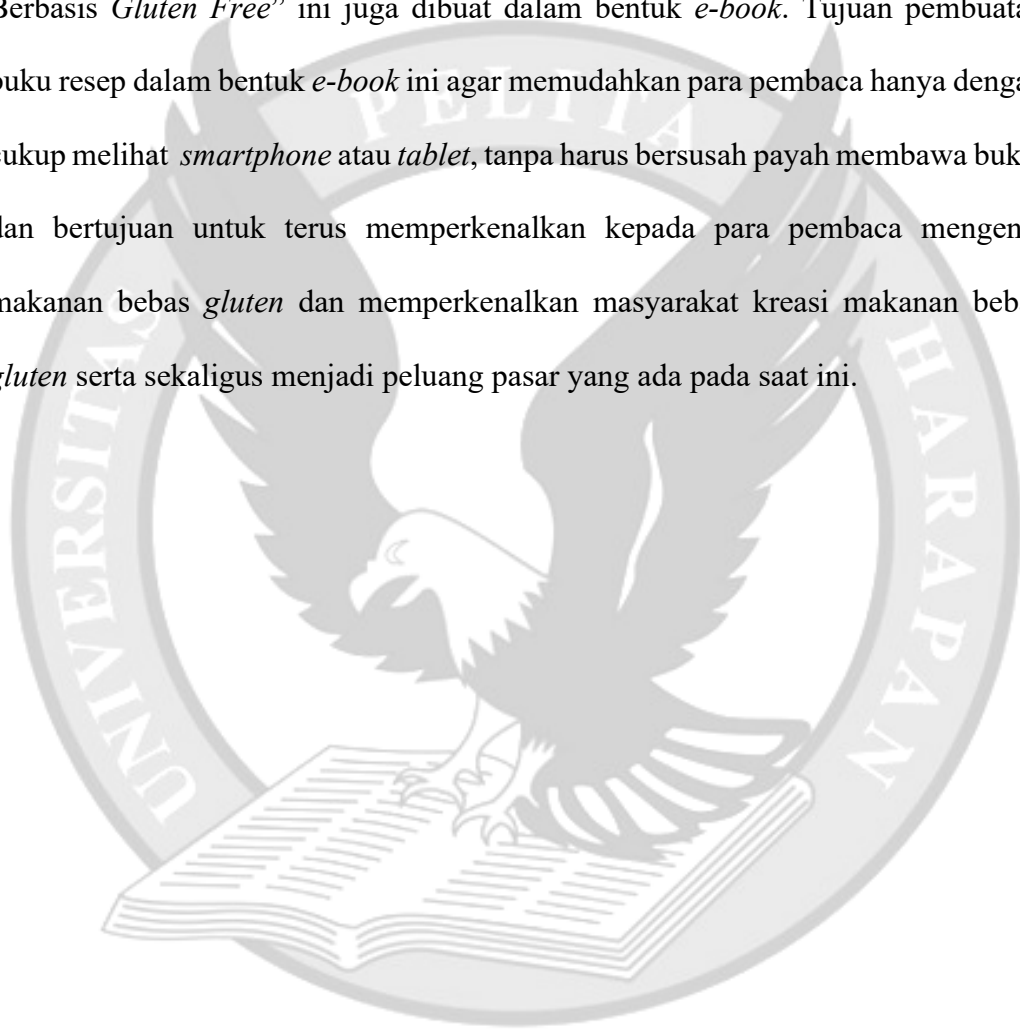
Kemudahan akses ke produk bebas *gluten* sendiri telah meningkat secara dramatis selama 10 tahun terakhir karena pasar yang berkembang pesat untuk produk ini (Gorgitano & Sodano, 2019). Salah satu tempat dimana produk bebas *gluten* telah ditemukan adalah pada restoran di hotel. Para pelaku bisnis perhotelan memahami bahwa responsivitas pada permintaan dan preferensi dari para konsumen merupakan hal yang sangat penting, sehingga restoran di hotel yang cukup fleksibel untuk mengakomodasi hal tersebut akan menarik bagi banyak konsumen. Menu adalah alat pemasaran penting dan faktor utama dalam memengaruhi kesan pertama tamu terhadap restoran di hotel dan meningkatkan ekspektasi tentang makanan dan minuman yang ditawarkan, sehingga restoran di hotel yang sukses membutuhkan pemahaman mendalam tentang preferensi

konsumen dan penyusunan menu yang terbaik berdasarkan pertimbangan tersebut (Baiomy *et al.*, 2013). Dalam Koss-Feder (2019), disebutkan bahwa makanan bebas *gluten* merupakan salah satu permintaan yang paling sering muncul dari para konsumen di hotel, baik karena alasan penyakit celiac maupun karena alasan pribadi. Maka, menu bebas *gluten* telah menjadi peluang penting bagi restoran di hotel untuk menambah aliran pendapatan baru.

Bagaimanapun, restoran di hotel saat ini belum memenuhi ekspektasi dari para konsumennya akan menu bebas *gluten*. Hal ini terlihat dari salah satu survei pada tahun 2015 bahwa sebanyak 77% konsumen memiliki persepsi bahwa menu bebas *gluten* yang disediakan masih belum memadai (Perrett, 2015). Tak hanya itu, meskipun restoran mengklaim menawarkan menu bebas *gluten*, hal ini tidak menjamin bahwa menu yang akan disiapkan telah sesuai dengan prinsip diet bebas *gluten*, dan dapat dikatakan bahwa menyantap makanan di restoran di hotel sering kali dapat menimbulkan risiko kesehatan yang signifikan bagi penderita penyakit terkait *gluten* (Salkova & Hes, 2015).

Oleh karena itu, para pelaku bisnis perhotelan perlu meningkatkan kapasitas mereka apabila ingin menuai keuntungan dari meningkatnya permintaan akan makanan bebas *gluten* agar dapat memuaskan konsumennya. Restoran tidak hanya harus menggunakan bahan yang tepat tetapi juga memastikan bahwa mereka tidak berkompromi dengan rasa dan kualitas yang ditawarkan kepada konsumen. Demi menggapai peluang yang ada atas popularitas makanan bebas *gluten* yang ditandai dengan peningkatan permintaan dan nilai pasarnya saat ini hingga tahun-tahun mendatang selagi pula memberikan penawaran produk yang memuaskan bagi konsumen, diperlukan menu yang aman dan sesuai standarisasi bebas *gluten*, lezat,

serta berkualitas tinggi. Berbagai variasi menu yang menarik tentunya akan menjadi nilai tambah bagi konsumen. Berdasarkan penjabaran yang telah dilakukan, penulis menyusun buku resep dengan judul “Hidangan Utama Berbasis *Gluten-Free*” sebagai referensi bagi para pembaca yang ingin membuat menu bebas *gluten* yang dapat memuaskan. Rancangan buku resep yang berjudul “Hidangan Utama Berbasis *Gluten Free*” ini juga dibuat dalam bentuk *e-book*. Tujuan pembuatan buku resep dalam bentuk *e-book* ini agar memudahkan para pembaca hanya dengan cukup melihat *smartphone* atau *tablet*, tanpa harus bersusah payah membawa buku, dan bertujuan untuk terus memperkenalkan kepada para pembaca mengenai makanan bebas *gluten* dan memperkenalkan masyarakat kreasi makanan bebas *gluten* serta sekaligus menjadi peluang pasar yang ada pada saat ini.



B. Tujuan Pembuatan Rancangan Buku Resep

Dengan disusunnya pembuatan rancangan buku resep yang bertemakan “Rancangan Buku Resep Hidangan Utama Berbasis *Gluten Free*” ini sebagai tugas akhir Program Studi Pengelolaan Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan. Berdasarkan dari uraian diatas, berikut adalah tujuan penulis membuat rancangan buku resep yang bebas *gluten* yaitu ;

1. Memperkenalkan kepada masyarakat tentang makanan bebas *gluten* yang dirangkum berdasarkan referensi yang sudah ada.
2. Menjadikan makanan bebas *gluten* sebagai peluang pasar bagi masyarakat.

