



Pengolahan Bahan Organik Menjadi Produk Makanan Kucing “MiMeow”

Wirren Chang¹, Edy Yulianto Putra² Agnes Doraresta Khatarina Tokan³, Delfina Muthia Sabella⁴, Dewi⁵, Mardiana Ng⁶, Serina⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

Email : 2141018.wirren@uib.edu, edy.yulianto@uib.edu, 2141068.agnes@uib.edu,
2141074.delfina@uib.edu, 2141229.dewi@uib.edu, 2141167.mardiana@uib.edu, 2141081.serina@uib.edu

Abstract. *Stray cats are usually easily infected with disease because they don't have owners to take care of them, wild cats generally take food in the trash which is definitely not suitable for consumption because it's not only dirty but the food in the trash doesn't contain enough nutrients. This is what made the researchers come up with the idea to produce a healthy and nutritious food for wild cats and domestic cats named "MiMeow". The food produced by the researchers is in the form of wet food. The purpose of this researcher's idea is to do an innovative food business dan also invite people who have bought and used MiMeow products to participate in donating and caring for stray cats. The method used in carrying out cat food production activities is by distributing questionnaires. The results of this study will explain the plans and concepts of MiMeow.*

Keywords: *Cat Food, Sales, Wild Cats.*

Abstrak. Kucing liar biasanya mudah terjangkit penyakit karena tidak mempunyai pemilik untuk mengurus mereka, umumnya kucing liar mengambil makanan yang ada di tempat sampah yang pastinya sudah tidak layak untuk dikonsumsi karena tidak hanya kotor namun makanan yang ada di tempat sampah sudah tidak ada kandungan nutrisi yg cukup. Hal inilah yang membuat peneliti memiliki ide untuk memproduksi makanan yang sehat dan bergizi untuk kucing liar maupun kucing peliharaan yang bernama “MiMeow”, makanan yang diproduksi oleh peneliti berupa makanan basah. Tujuan dari ide peneliti ini adalah untuk melakukan bisnis makanan yang inovatif dan juga mengajak masyarakat yang telah membeli dan menggunakan produk MiMeow dan ikut serta dalam donasi dan merawat kucing liar. Metode yang digunakan dalam melakukan kegiatan produksi makanan kucing ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Hasil dari penelitian ini akan menjelaskan rencana dan konsep dari MiMeow.

Kata Kunci : Makanan Kucing, Penjualan, Kucing Liar.

1. PENDAHULUAN

Manusia dan hewan hidup berdampingan, seiring dengan pentingnya kedudukan hewan dalam kehidupan manusia (Nugroho et al., 2022). Kucing merupakan salah satu hewan peliharaan yang populer di dunia. Dalam memelihara kucing, hal yang penting untuk diperhatikan adalah asupan makanan yang diberikan oleh pemilik kucing. Kucing

mebutuhkan kandungan nutrisi yang cukup dan pemberian makanan yang teratur. Kucing yang tidak terawat akan mudah terjangkit penyakit, hal inilah yang terjadi pada kucing liar yang tidak memiliki pemilik untuk mengurus mereka (Ardian et al., 2022). Kucing liar biasanya hidup bebas di tempat umum, makan yang tidak teratur, dan biasanya mengambil sisa-sisa makanan manusia yang sudah di buang di tempat sampah yang sangat tidak layak untuk dimakan. Tempat sampah merupakan sarang penyakit karena terdapat sisa-sisa makanan yang telah membusuk (Ratna Delia & Arif Waskito, n.d.). Oleh karena itu, cenderung akan mengakibatkan munculnya penyakit bagi kucing-kucing liar tersebut, meskipun kucing liar memiliki daya tahan tubuh yang dikatakan kuat.

Berdasarkan latar belakang, peneliti memiliki ide untuk membuat makanan sehat dan bergizi untuk kucing peliharaan maupun kucing liar. Makanan yang dibuat oleh peneliti adalah makanan basah dengan kandungan protein yang didapat dari ikan dan ayam, dan vitamin yang berasal dari sayur seperti wortel, labu siam, bayam, dan beberapa jenis sayur lainnya. Ide bisnis produk tersebut akan dinamakan MiMeow. Peneliti membuat produk MiMeow dengan memilih beberapa bahan yang aman dikonsumsi oleh kucing (Trismiyanti & Ravelby, 2020).

Tujuan peneliti membuat dan menjual makanan basah kucing, karena peneliti ingin melakukan suatu bisnis baru yang inovatif dan memiliki minim pembiayaan. Selain itu, ide bisnis tersebut juga akan digunakan peneliti sebagai sarana dalam mengajak masyarakat yang membeli dan menggunakan produk MiMeow untuk dapat ikut serta dalam donasi dan merawat kucing liar diluar sana yang tidak terawat. Produk MiMeow ini akan dijual oleh peneliti kepada para pecinta kucing, dan hasil keuntungan dari penjualan produk akan didonasikan untuk kucing liar. Bukan hanya pemilik kucing saja yang ingin kucing peliharaanya sehat dan mendapatkan gizi yang cukup dari makanan yang dikonsumsi, tetapi peneliti berharap dengan adanya penjualan produk MiMeow, peneliti juga dapat ikut serta merawat kucing liar di lingkungan sekitar.

2. METODE

Sebelum memproduksi produk, peneliti akan terlebih dahulu melakukan survei terhadap lokasi, menentukan waktu dan tempat pembuatan produk serta menentukan bahan baku yang akan digunakan dalam produksi. Setelah melakukan pembuatan produk selesai, dilakukan uji coba pada beberapa kucing yang berada di tempat lokasi pembuatan. Selain itu, peneliti juga membagikan sampel produk kepada beberapa orang yang memiliki kecintaan terhadap

kucing maupun yang memiliki kucing peliharaan. Oleh karena itu, peneliti melakukan wawancara secara *online* dengan membagikan kuesioner *google form* untuk mengetahui produk yang dibuat sesuai atau tidak untuk dipasarkan.

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yaitu dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat diberikan secara langsung atau melalui *online*. Pengumpulan data dengan kuesioner yang peneliti lakukan diberikan dalam bentuk *online* atau menggunakan *google form*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Logo Produk



Gambar 3.1 Logo Produk

Pada gambar di atas merupakan *design* logo pada produk makanan kucing MiMeow. Kata MiMeow berasal dari bahasa Inggris yaitu “*me*” yang berarti saya, sedangkan “*meow*” merupakan suara kucing yang mengeong. Jika digabungkan, maka artinya akan menjadi “kucing saya” yaitu peneliti memiliki suatu rasa kepemilikan terhadap kucing. Lalu jika dilihat pada tulisan yang ada pada logo yaitu “makanan sehat dan bergizi untuk kucing anda” merupakan suatu visi dari produk MiMeow untuk menjamin kesehatan serta gizi kucing dari produk MiMeow kepada para konsumen yang ingin membeli dan memberikannya kepada kucing mereka.

Selanjutnya pada gambar kucing, yang berwarna hitam dan oranye atau kucing jenis *calico*, merupakan salah satu jenis kucing liar yang sering ditemui di jalanan. Maka dari itu, MiMeow juga dapat diartikan sebagai peneliti menganggap bahwa rasa kepemilikan kepada kucing tidak hanya pada kucing peliharaan saja akan tetapi kepada semua jenis kucing, mencerminkan produk ini tidak hanya mementingkan kucing peliharaan saja melainkan juga kepada kucing-kucing liar. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengajak

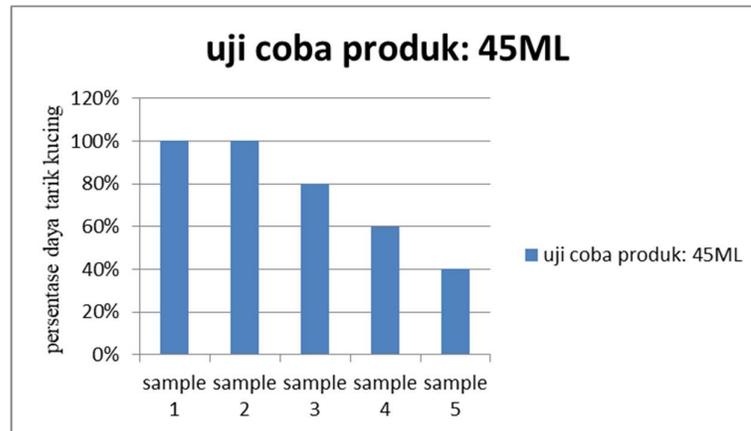
masyarakat untuk turut membantu kucing-kucing liar yang kelaparan dengan cara membeli produk MiMeow sehingga kucing liar tersebut juga dapat merasakan kenyamanan rasa peduli manusia dan bisa "nyum" atau tidak merasa lapar. Warna pada produk MiMeow juga dipilih secara teliti. Alasan peneliti memilih warna orange dikarenakan peneliti ingin memberitahukan bahwa makanan produk MiMeow dapat memberikan kesan kehangatan kepada semua jenis kucing.

3.2 Hasil Uji Coba Prototipe I pada Kucing

Hasil yang didapatkan oleh peneliti saat melakukan uji coba produk MiMeow (prototipe I) pada kucing adalah beberapa kucing liar tampaknya menyukai makanan produk MiMeow pada prototipe I ini. Hal ini dibuktikan dengan adanya percobaan uji coba yang telah dilakukan oleh peneliti kepada kucing liar dan hasilnya kucing liar yang diuji coba menyukai produk makanan MiMeow dengan menghabiskan sampel dari prototipe I. Hal tersebut memunculkan tiga spekulasi pertanyaan dari peneliti yaitu:

1. Apakah kucing yang diuji coba tersebut sedang kelaparan?
2. Produk MiMeow memang disukai oleh kucing.
3. Apakah kucing yang dipelihara juga menyukai produk MiMeow?

Kemudian peneliti kembali melanjutkan percobaan uji coba di hari berikutnya pada kucing peliharaan. Peneliti memberikan sampel kepada kucing peliharaan tersebut. Di saat uji coba, tampaknya kucing tersebut mau mengonsumsi makanan dari produk MiMeow dikarenakan mereka telah menghabiskan makanannya. Kemudian peneliti memberikan sampel lagi kepada kucing yang sama dan hasilnya kucing tersebut tetap mau mengonsumsi makanan produk MiMeow. Akan tetapi, pada saat pemberian sample ke-3 dimulai, kucing peliharaan tersebut tidak menghabiskan sample yang diberikan. Lalu pada sample ke-4 dan 5, daya tarik kucing terhadap makanan produk MiMeow menjadi menurun. Daya tarik kucing terhadap makanan produk MiMeow menurun, bisa disebabkan oleh dua kemungkinan, yaitu kucing peliharaan sudah kenyang atau produk MiMeow kurang bisa dinikmati dalam porsi yang banyak. Oleh karena itu, peneliti mencoba mengkalkulasi bahwasannya porsi makanan yang ideal bagi kucing yaitu sekitar 90ML - 100ML.



Gambar 3.2.1 Daya Tarik Kucing

Produk ini peneliti anggap sukses karena tidak ada masalah pada kucing dalam mengonsumsi makanan tersebut. Hanya saja peneliti akan menambahkan rasa dan bau ikan agar kucing tetap menyukai produk tersebut.



Gambar 3.2.2 Dokumentasi Uji Coba Prototipe I

3.3 Hasil Uji Coba Prototipe II pada Kucing

Pada produk MiMeow, peneliti ingin mencoba membuat makanan kucing dalam bentuk *jelly*. Hal ini bertujuan agar produk MiMeow tidak terlalu cair dan produk bisa bertahan lama. Namun, pada percobaan ini dianggap gagal karena kucing peliharaan tidak menyukai makanan produk MiMeow dan hanya kucing liar saja yang menyukainya. Hal ini dibuktikan pada saat kucing peliharaan memakan produk MiMeow, mereka kembali memuntahkan makanan tersebut dan enggan menyentuh makanan produk MiMeow. Oleh karena itu, pada prototipe II dianggap gagal. Hal tersebut mungkin terjadi karena tekstur makanan yang kurang padat dan rasa serta bau pada prototipe II menjadi berkurang karena proses

pembuatan *jelly* telah memudar baik dari segi rasa maupun bau pada makanan sehingga kucing peliharaan kurang bisa menikmatinya.

Maka dari itu, untuk prototipe II ini tidak akan diluncurkan ke pasar dikarenakan terbatasnya ketertarikan pada semua jenis kucing. Adapun kemungkinan perubahan sosial yang diharapkan oleh peneliti setelah melakukan kegiatan tersebut yaitu:

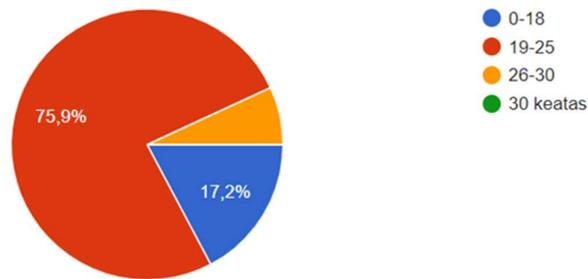
1. Mampu memberikan informasi yang edukatif mengenai cara membuat makanan kucing baik melalui deskripsi pada paket ataupun secara langsung menjelaskan kepada pemilik atau pecinta kucing.
2. Masyarakat menjadi lebih peduli terhadap hewan-hewan yang terlantar terutama kucing dan dapat menolong hewan-hewan liar yang kelaparan dengan produk yang dibuat tanpa harus mengeluarkan banyak biaya.
3. Mampu meningkatkan kesadaran kepada masyarakat bahwa makanan sisa bisa dibuat menjadi makanan kucing.
4. Mampu mengubah *mindset* stigma buruk dari masyarakat terhadap hewan-hewan yang terlantar.



Gambar 3.3 Dokumentasi Uji Coba Kucing Prototipe II

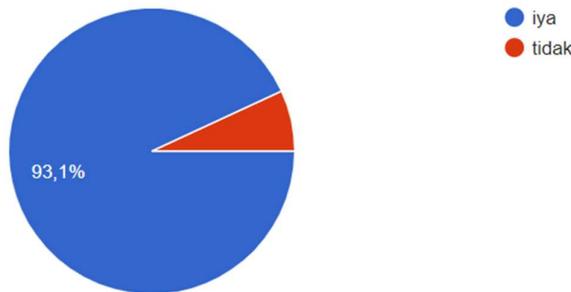
3.4 Hasil Penelitian Survei

Berdasarkan hasil pengumpulan data dengan kuesioner yang disebarakan melalui google form didapatkan responden sebanyak 29 orang. Menyebarkan kuesioner melalui *google form* bertujuan untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap pertanyaan yang diajukan mengenai produk yang ditawarkan.



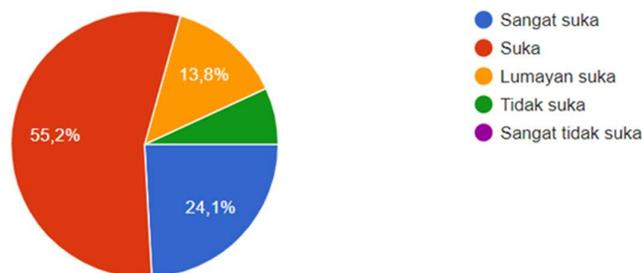
Gambar 3.4.1 Usia Responden

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap pertanyaan usia responden, terdapat 2 kelompok usia yang mendominasi yaitu responden yang berusia 19-25 tahun sebanyak 22 orang (75,9%) dan responden yang berusia 0-18 tahun sebanyak 5 orang (17,2%). Lalu pada responden dengan usia 26-30 tahun terdapat sebanyak 2 orang (6,9%).



Gambar 3.4.2 Responden yang Menyukai Kucing

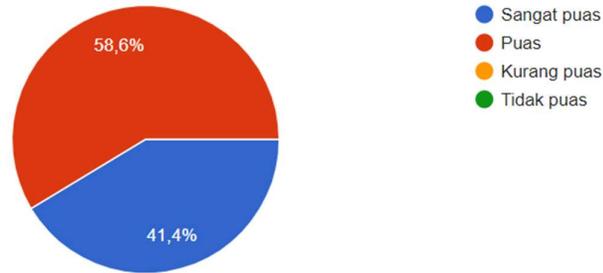
Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, responden yang terlibat dalam pengisian kuesioner ini terdapat 27 orang (93,1%) responden yang menyukai kucing dan 2 orang (6,9%) responden yang tidak menyukai kucing.



Gambar 3.4.3 Responden yang Menyukai Produk MiMeow

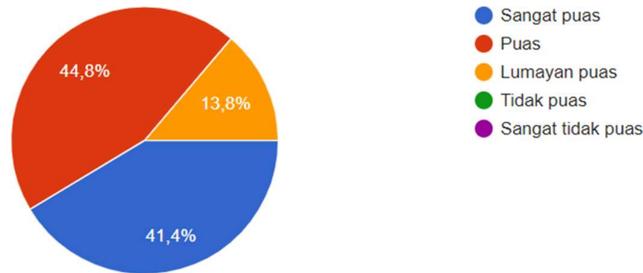
Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat 16 orang (55,2%) responden yang suka terhadap produk MiMeow. Lalu sebanyak 7 orang (24,1%) responden sangat suka terhadap produk

MiMeow dan diikuti sebanyak 4 orang (13,8%) responden yang lumayan suka serta sisanya 6.9% yang tidak menyukai produk MiMeow.



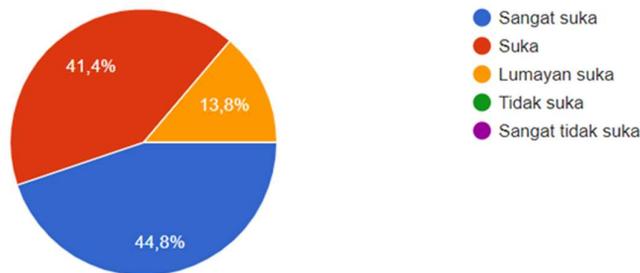
Gambar 3.4.4 Kepuasan terhadap Harga Produk yang Ditawarkan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, harga produk yang ditawarkan dijual dengan harga Rp7.000, terdapat 17 orang (58,6%) yang puas terhadap harga produk MiMeow dan sebanyak 12 orang (41,4%) responden sangat puas dengan harga produk yang ditawarkan.



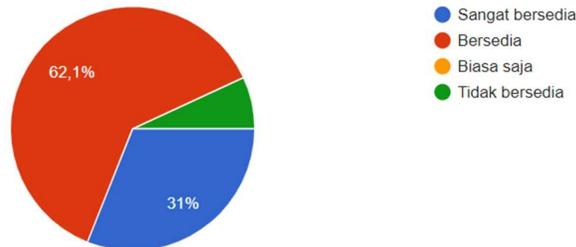
Gambar 3.4.5 Kepuasan terhadap Kemasan dan Desain Produk

Berdasarkan hasil kuesioner pada kepuasan responden terhadap *packaging* dan *design* produk MiMeow, terdapat 12 orang (41,4%) responden yang sangat puas dengan *packaging* dan *design* produk MiMeow. Lalu sebanyak 13 orang (44,8%) responden yang puas dan diikuti sebanyak 4 orang (13,8%) yang lumayan puas dengan *packaging* dan *design* dari produk MiMeow.



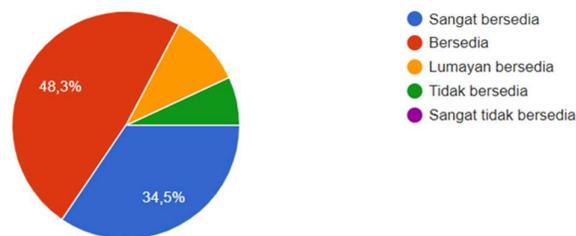
Gambar 3.4.6 Penilaian terhadap Kualitas Produk

Berdasarkan penilaian responden terhadap kualitas produk, terdapat 13 orang (44,8%) responden yang sangat suka dengan kualitas produk MiMeow. Lalu sebanyak 12 orang (41,4%) responden yang suka dan sisanya 4 orang (13,8%) yang lumayan suka dengan kualitas produk MiMeow.



Gambar 3.4.7 Responden yang Bersedia Mendonasikan Dana

Menggalang dana dengan membeli produk MiMeow untuk membantu kucing liar, sebanyak 18 orang (62,1%) responden yang bersedia dan 9 orang (31%) responden yang sangat bersedia menggalang dana untuk membantu kucing liar. Sisanya terdapat 2 orang (6,9%) responden yang tidak bersedia.



Gambar 3.4.8 Penggunaan Produk sebagai Makanan Keseharian Kucing

Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat 14 orang (48,3%) responden yang bersedia dan 10 orang (34,5%) responden sangat bersedia menggunakan produk MiMeow sebagai makanan keseharian kucing mereka. Selain itu, 3 orang (10,3%) responden yang lumayan bersedia dan sisanya sebanyak 2 orang (6,9%) responden yang tidak bersedia menggunakan produk MiMeow sebagai makanan keseharian kucing mereka.



Gambar 3.4.9 Kemasan Produk MiMeow



Gambar 3.4.10 Penjualan Produk MiMeow di UIB Festival

4. KESIMPULAN

Uji coba prototipe pada produk MiMeow dilaksanakan dan beberapa kucing liar tampaknya menyukai hasil produk peneliti. Hal ini dibuktikan karena peneliti dan tim sudah melaksanakan pengujian tersebut dengan sampel dari prototipe 1. Kemudian dilanjutkan pengujian ke-2 terhadap kucing peliharaan dan hasilnya hampir sama dengan sebelumnya, yaitu kucing tampaknya menyukai produk sampel karena makanan tersebut dihabiskan. Akan tetapi, pada saat pengujian ke 3, 4, dan 5, daya tarik kucing terhadap produk MiMeow sedikit menurun. Hal ini bisa disebabkan oleh dua kemungkinan, yaitu kucing sudah kenyang atau produk MiMeow kurang bisa dinikmati dalam porsi yang banyak. Hasil penelitian survei dalam bentuk kuesioner berhasil mendapatkan 29 responden. Sebanyak 27 orang tampaknya menyukai kucing dan 2 lainnya tidak menyukai kucing. Terdapat 16 orang menyukai produk MiMeow, 7 orang sangat menyukai, dan 4 lainnya tidak menyukai produk kami. Sebanyak 17 orang puas terhadap harga produk dan 12 lainnya sangat puas dengan harga yang ditawarkan. Ada 14 orang bersedia menggunakan produk kami sebagai makanan sehari-hari kucing mereka, 10 orang sangat bersedia, dan 3 lainnya lumayan bersedia. Sebanyak 18 orang bersedia mendonasikan dana dan 9 orang sangat bersedia. Dapat kita lihat bahwa hasil survey banyak yang setuju dan puas terhadap produk dan penggalangan dana yang kami tawarkan untuk membantu kucing liar yang kelaparan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya kami bisa melaksanakan kegiatan ini dengan baik dan lancar. Terima kasih kepada dosen pengampu kami yaitu Bapak Edy Yulianto Putra yang senantiasa membantu kami dalam melaksanakan kegiatan ini. Terima kasih kepada anggota kelompok atas kerjasamanya.

6. Daftar Pustaka

- Ardian, R., Syahputra, M., & Dermawan, D. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Pengangguran di Indonesia. *EBISMEN Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 190–198.
- Nugroho, M. P., Tyagita Hartady, & Ronny Lesmana. (2022). Hubungan Karakteristik Individu Terhadap Tingkat Pengetahuan dan Penerapan Kesejahteraan Hewan pada Mahasiswa Universitas Padjadjaran. *Acta VETERINARIA Indonesiana*, 10(2), 133–141. <https://doi.org/10.29244/avi.10.2.133-141>
- Ratna Delia, A., & Arif Waskito, M. (n.d.). *Perancangan Sling Bag untuk Kegiatan Street Feeding Komunitas Feed Not Bomb Bandung*.
- Trismiyanti, D., & Ravelby, T. A. (2020). Pengaruh Kemasan dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Makanan Kucing. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 24–30.