

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

*Cascara* seringkali diabaikan dalam proses pengolahan kopi. Namun, pandangan ini mulai berubah semenjak adanya inovasi dalam industri kopi, Salah satu produk makanan yang menarik untuk diteliti adalah *cookies*. *Cookies* sangat populer dan sering dikonsumsi oleh berbagai kalangan. Namun, belum banyak yang melakukan penelitian terhadap penggunaan *cascara* dalam pembuatan *cookies*.

#### **2.1 *Cascara***

*Cascara* berasal dari bahasa *spanyol* yang berarti kulit. Kulit buah biji kopi ini sudah ada dari ribuan taun yang lalu di *Ethiopia* dan di kenal dengan nama *Hashara*. *Cascara* sendiri di percaya mengandung antioksidan yang bisa mencegah penuaan dini serta dapat meningkatkan daya tahan tubuh. Kulit buah biji kopi ini berasal dr biji kopi arabika karena kopi arabika memiliki rasa dan aroma yang nikmat serta memiliki kafein yang rendah dibanding jenis kopi yang lain. Garut merupakan tempat yang cocok untuk menanam kopi karena berada di ketinggian 1500m di atas permukaan laut dengan suhu 18°C. Selain itu, *cascara* dapat diibaratkan seperti kismis, namun dengan harga yang lebih terjangkau, ekonomis dan ramah lingkungan serta memiliki rasa yang cenderung asam manis seperti buah kering (Trans7, 2019). Kandungan kafein *cascara* sangat rendah meskipun di seduh dalam waktu yg lama dalam suhu yang tinggi. Kadar kafein *cascara* berada di 111,4/liter. Sebelumnya, kulit buah biji kopi ini dikeringkan selama kurang lebih 28 hari, setelah dikeringkan, *cascara* melakukan proses pendinginan selama kurang lebih 2 minggu agar kadar airnya rendah. *Cascara* juga bisa menjadi pengganti kopi jika kita takut susah tidur (Pgaris, 2019).

#### **2.2 *Cookies***

*Cookies* awalnya ditemukan oleh seorang pembuat kue yang berasal dari Persia atau Iran pada abad 7M. Makanan ini ditemukan secara tidak sengaja, ketika seorang pembuat kue sedang mencoba mengetes suhu mesin pemanggangnya. Sedikit adonan yang dipanggang untuk memastikan suhu *oven* benar atau tidak. Ternyata, adonan mengembang dan ketika dicicipi, *cookies* ternyata memiliki rasa

yang tidak kalah lezat dengan kue yang biasa dibuat oleh si pembuat kue. Akhirnya, kue kering pun mulai berkembang dan di kenal banyak orang (Maas, 2021)

*Cookies* adalah produk makanan yang dikeringkan dengan cara *dioven*, terbuat dari tepung terigu, gula dan lemak atau margarin atau bisa juga dengan mentega dan dapat disimpan dalam waktu yang cukup lama (Arifyanti, 2009) Setiap negara memiliki sebutan yang berbeda-beda. Di Inggris dan Australia, *cookies* disebut dengan *biscuits*. Di Italia, *cookies* dikenal dengan *amaretti* atau *biscotti*. Di Spanyol, di kenal dengan sebutan *galletas* dan di Jerman menyebutnya dengan nama *keks* atau *platzchen*. Sedangkan di Indonesia sendiri, *cookies* biasa disebut juga dengan kue kering atau biskuit.

*Cascara cookies* merupakan salah satu inovasi kuliner yang diadaptasi dari limbah kopi. Penggunaan *cascara* dalam pembuatan *cookies* menghadirkan cita rasa yang unik karena berasal dari limbah kopi dan berbeda dengan *cookies* pada umumnya. Dengan adanya *cascara cookies*, para produsen dapat memanfaatkan bahan yang sebelumnya dianggap limbah lalu menjadi bahan yang memiliki nilai ekonomis yang ramah lingkungan.

### **2.3 Consumer Behavior**

Perilaku konsumen mengarahkan bagaimana individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia, seperti, waktu, uang, jasa dan energi. Mowen dan Minor (2010), menyatakan bahwa *consumer behavior* didefinisikan sebagai studi tentang pembelian dan proses pertukaran serta pembuangan jasa, barang dan ide-ide. Sedangkan menurut Amirullah (2021), perilaku konsumen adalah studi tentang tindakan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, produk dan layanan yang mereka harapkan bisa untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut Anang (2018), perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi dua yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irasional. Perilaku konsumen yang bersifat rasional adalah tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama, serta manfaat produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya. Sedangkan perilaku konsumen yang bersifat irasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk

oleh rayuan marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan. Dengan demikian, maka perlu untuk memahami perilaku konsumen agar mengambil suatu tindakan dalam mengambil keputusan mengkonsumsi produk. Dari pendapat tersebut , memberikan penjelasan bahwa dalam mempertahankan serta meningkatkan keputusan pembelian sebuah usaha, maka pemilik atau yang memiliki wewenang mempelajari perilaku konsumen dalam mengambil suatu tindakan mengkonsumsi produk yang ditawarkan (Gohae, Dakhi, Duha, 2021).