

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, ketertarikan konsumen Masyarakat Indonesia terhadap makanan ringan masih terus tumbuh. Hal ini didukung dengan terus meningkatnya konsumsi makanan ringan setiap tahunnya. *Cookies* adalah salah satu jenis makanan ringan yang disukai oleh banyak kalangan dari anak – anak, remaja hingga orang dewasa. Statista mengungkapkan pada 2021 rata- rata tiap orang di Indonesia mengkonsumsi 4,6 kg makanan ringan. Angka ini meningkat 5% dari tahun 2020 dimana rata- rata konsumsi makanan ringan per kapita di Indonesia sebesar 4,4 kg per orang per tahun. Sedangkan di tahun 2022, angka ini diprediksi akan mengalami peningkatan sebesar 6,5% menjadi 4,9 kg per kapita per tahun, dan dengan tingkatan terbesar masih ditempati oleh *cookies* dan *chrackers* (Islandun, 2022). Begitupun berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) konsumsi rata-rata cookies di Indonesia setiap tahunnya sebanyak 33.314 kg (Badan Pusat Statistika, 2018)

Banyak dari perusahaan melakukan sebuah survey untuk menentukan pemasaran. Salah satu perusahaan yang melakukan survey dalam pola makan terhadap masyarakat yaitu Mondelez International. Menurut hasil survei “*The State Of Snacking*” oleh Mondelez Indonesia (2019), dinyatakan bahwa masyarakat Indonesia lebih banyak mengkonsumsi cemilan daripada mengkonsumsi makanan berat setiap harinya jika dibandingkan dengan rata – rata negara global lainnya. Dalam pelaksanaan *The State Of Snacking* yang diluncurkan oleh Mondelez Internasional dilakukan di 12 negara antara lain yaitu Amerika Serikat, Kanada, Meksiko, Brasil, Prancis, Jerman, Inggris, Tiongkok, India, Indonesia, Australia, dan Selandia Baru. Selaku *President Director* Mondelez Indonesia, Sachin Prasad melakukan survei untuk mengetahui kebiasaan masyarakat Indonesia terkait makanan ringan, karena wawasan masyarakat Indonesia bisa menentukan strategi pemasaran di dalam negeri.

Di dalam survei *The State Of Snacking* (2019), Indonesia memiliki angka lebih dari 22% angka rata – rata global, dimana masyarakat Indonesia lebih banyak mengkonsumsi cemilan daripada makanan berat. Faktor yang menjadi alasan yang menjadikan cemilan lebih cocok pada gaya hidup masyarakat Indonesia karena kebanyakan masyarakat melakukan aktivitas di pagi hari, tetapi cemilan itu tidak menggantikan peran sarapan. Disebutkan bagian dari kampanye #NgemilBijak (*Mindful Snacking*) (2023), survei *The State of Snacking* Mondelez Internasional mengungkapkan bahwa 93% masyarakat Indonesia mencari camilan untuk meningkatkan kesehatan mental. Selain itu, 72% responden juga mengatakan bahwa motivasi utama mereka dalam memilih camilan adalah sebagai hadiah untuk diri mereka sendiri (*self-reward*).

Disampaikan juga bahwa Indonesia merupakan negara agraris karena sebagian penduduknya bekerja sebagai petani. Ditambah dengan Indonesia memiliki iklim tropis dan tanah yang luas, dan juga menurut MAGMA Indonesia terkenal memiliki banyak gunung berapi yang masih aktif menjadikan sebagian tanah di Indonesia adalah tanah vulkanik (MAGMA, 2021). Tanah vulkanik sangat cocok untuk pertanian karena membuat tanah memiliki tingkat kesuburan yang tinggi. Dengan begitu maka para petani dapat dengan mudah menanam sayuran dan buah – buahan pada perkebunan mereka. Dalam pemanfaatan hasil pertanian tidak hanya memanfaatkan sayur dan buah untuk inovasi perkembangan kuliner tetapi seringkali memanfaatkan hasil bertani termasuk dalam salah satunya yaitu bisa menjadikannya sebagai bahan utama seperti pembuatan margarin, yang mana margarin terbuat dari lemak nabati. Hal tersebut bisa digunakan untuk pembuatan salah satu makanan ringan *cookies*, yang bisa diinovasikan sebagai *plant based cookies* yaitu *cookies* yang memiliki dasar yang berasal dari bahan nabati tanpa bahan hewani.

Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik), Indonesia memiliki 98 kota. Provinsi di Pulau Jawa dengan kota paling banyak adalah Jawa Barat dan Jawa Timur, yang masing – masing memiliki 9 kota dan Jawa Tengah memiliki 6 kota (BPS, 2015). Jawa Tengah memiliki 29 Kabupaten yang beribu kota di Kota Semarang. Salah satu Kabupaten Jawa Tengah yaitu Kabupaten Cilacap. Menurut Humas (Hubungan Masyarakat) Kabupaten Cilacap, Kabupaten Cilacap

merupakan Kabupaten terluas di Provinsi Jawa Tengah dan wilayahnya berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Barat. Ibu Kota Kabupaten Cilacap merupakan Kota Cilacap (RPJMD, 2022).

Kota Cilacap memiliki masyarakat yang banyak ragam kelas sosial, latar belakang, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Dalam kondisi ini sang penulis ingin meneliti pengaruh minat orang Cilacap terhadap pembelian produk *Plant based cookies*, sehingga akan terdapat banyak sekali jawaban yang berbeda – beda tergantung pada faktor kebutuhan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang dapat diambil rumusan masalah yaitu : faktor – faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat orang Cilacap terhadap pembelian produk *Plant – based Cookies*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat orang Cilacap terhadap pembelian produk *plant-based cookies*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat praktis, penelitian ini berguna bagi pengusaha sebagai informasi dalam upaya melakukan strategi pemasaran produk *cookies* di Kota Cilacap.
2. Manfaat teoritis lain, penelitian ini mampu memberikan pemahaman tentang salah satu makanan ringan yaitu *cookies* beserta inovasinya yaitu *plant based cookies* kepada pembaca.