

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2022 Maurasa berdiri merupakan brand yang di hasilkan dari Serat Pangan Utama yang berskala home industri. Produk maurasa adalah *cookies* yang menggunakan bahan sorgum sebagai bahan utama. Maurasa memilih sorgum karena melihat manfaat dan kandungan yang ada dalam bahan sorgum yang mengandung serat lebih banyak di bandingkan gandum. Selain sorgum maurasa juga menambahkan bahan-bahan lainnya yang bisa membantu memenuhi serat harian. Selain tepung sorgum juga di tambahkan tepung oat dan juga chia seed. Dua bahan tambahan tadi bisa menaikkan serat yang di butuhkan. Setelah mencoba dengan komposisi dan bahan-bahan terpilih akhirnya mendapatkan komposisi resep yang pas sebagai produk bisnis maurasa.

Maurasa dapat memproduksi banyak *cookies* berdasarkan dari permintaan konsumen, untuk itu diperlukan adanya survey dari calon konsumen untuk mengetahui tingkat kesukaan terhadap produk *cookies* maurasa. Survey yang di lakukan menggunakan test organoleptik.

Untuk menjaga kualitas *cookies* tentunya di perlukan kemasan yang tepat. Kemasan maurasa memvisualkan pesan yang kami inginkan. Di kemasan maurasa sudah mencantumkan logo ,nama merk, label, keterangan kandungan bahan dan juga perizinan yang di perlukan. untuk itu produk semestinya bisa di terima oleh konsumen.

Di Indonesia merupakan negara dengan penduduk terbanyak keempat di dunia dengan total 279.390.258 jiwa. Salah satu hal yang sangat penting untuk negara dengan penduduk yang jumlahnya besar adalah Makanan. Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang bermanfaat karena dapat memenuhi kebutuhan nutrisi bagi tubuh. Selain memenuhi nutrisi tubuh, makanan juga dapat menjadi salah satu bentuk pencegahan penyakit. Makanan fungsional merupakan salah satu makanan yang mempunyai senyawa bioaktif yang memiliki aktivitas fisiologis dan dapat memberi efek positif bagi tubuh manusia (Widyaningsih et al., 2017).

Salah satu bahan makanan yang memiliki peran penting adalah gandum, di mana gandum digunakan sebagai bahan dasar tepung terigu untuk berbagai produk pangan. Konsumsi gandum per kapita penduduk Indonesia meningkat, terutama karena pergeseran ke makanan olahan praktis yang menggunakan tepung gandum. Namun, Indonesia tetap harus mengimpor gandum karena tanaman ini tumbuh lebih baik di iklim subtropik. Ketergantungan pada impor gandum dapat meningkatkan harga bahan pangan di Indonesia.

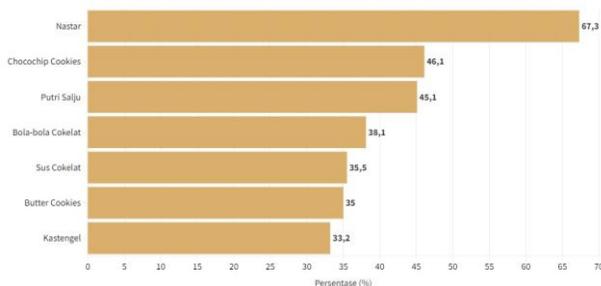
Saat ini dunia tengah mengalami krisis pangan akibat harga yang melonjak. Food and Agriculture Organization (FAO) menyampaikan data, indeks harga pangan dunia telah berada di level 159,3 pada Maret 2022. Angka tersebut merupakan level tertinggi sejak tahun 1990. Krisis pangan juga diperparah oleh invasi Rusia ke Ukraina, yang berdampak terhadap perekonomian global, terutama gangguan pasokan pangan dan energy. Dimana sudah 22 Negara yang menghentikan ekspor pangan nya ke negara lain. Rusia, Ukraina dan India juga sudah tidak lagi mengekspor gandumnya. Akibatnya harga gandum meningkat sampai 3 kali lipat. Oleh karena itu untuk mengantisipasi kebutuhan gandum yang besar perlu mensubstitusi gandum dengan sorgum. Dimana Sorgum sebagai salah satu komoditas pangan lokal yang sangat strategis dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi, mulai dari batang, daun hingga biji.

Mempertimbangkan hal potensi dan kebutuhan akan substitusi bahan baku diatas, mensubstitusi gandum dengan sorgum merupakan harus segera dilakukan. Salah satu proses cepatnya adalah memanfaatkan sorgum sebagai bahan baku makanan di Indonesia. Sorgum dipilih menjadi bahan utama karena, Sorgum mempunyai sereal sumber karbohidrat, dengan nilai gizi sekitar 83 % karbohidrat, 3,50 % lemak, dan 10% protein (Siregar & Mardiyah, 2018), sangat baik untuk dikonsumsi dan tinggi nutrisi.

Di era modern, masyarakat memiliki kecenderungan mengkonsumsi makanan siap saji karena praktis dan relatif cepat penyajiannya. Makanan yang praktis identik dengan camilan dengan bahan dasar tepung, karena proses pengolahannya yang mudah.

Lebih lanjut, berdasarkan data camilan berbahan tepung favorit masyarakat Indonesia berikut terungkap bahwa salah satunya yang sangat disukai oleh masyarakat Indonesia dan menjadi salah satu camilan yang populer di berbagai kesempatan adalah *Cookies*. Menurut (Syafutri &

Indriana, 2022) masyarakat Indonesia seringkali menyajikan *cookies* bersamaan dengan secangkir teh atau kopi sebagai teman yang sempurna.



Gambar 1.1
Grafik Kue lebaran Favorite Masyarakat Indonesia

Sumber: Sadya(2023)

Menurut hasil survei Jakpat, terungkap bahwa nastar adalah kue lebaran yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia. Persentase yang mencerminkan kecintaan terhadap nastar mencapai angka yang tinggi, yaitu 67,3%. Dalam urutan kedua, *chocochip cookies* mengikuti sebagai kue lebaran favorit dengan disukai oleh 46,1% dari responden. Diikuti dengan sangat dekat oleh putri salju, yang menjadi favorit bagi 45,1% dari total responden. Selanjutnya, bola-bola cokelat menduduki posisi yang cukup tinggi dengan 38,1% responden yang menyebutnya sebagai kue lebaran favorit mereka. Sementara itu, sus cokelat mendapatkan perhatian dari 35,5% responden. *Butter cookies* juga termasuk dalam kategori favorit dengan 35,0% responden yang memilihnya sebagai kue lebaran favorit. Sedangkan, kastengel mendapat tempat di hati 33,2% responden (Sadya, 2023).

Bisnis *cookies* adalah bisnis yang dapat dijalankan dalam skala kecil hingga besar, bisnis ini sangatlah menjanjikan di hari biasa maupun di hari-hari besar keagamaan dan akan sangat tinggi peminatnya. Survei menunjukkan, mayoritas atau 89,2% responden menerima sajian makanan manis, apalagi di hari-hari raya akan sangat tinggi peminatnya (Annur,2023). *Cookies* Indonesia yang unik dalam rasa dan tekstur dapat menarik perhatian pasar luar negeri yang mencari pengalaman rasa yang berbeda (Santoso,2019). Dengan peningkatan kesadaran akan kesehatan,

ada juga peluang untuk mengembangkan *cookies* yang lebih sehat, seperti *cookies* rendah gula atau rendah gluten, untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang memiliki diet khusus. Berikut ini merupakan data penjualan *cookies* yang terjual banyak di *e-commerce*.

Dalam konteks penelitian uji eksperimental respons konsumen terhadap penerimaan produk *cookies* sorgum Mauurasa, terdapat beberapa teori yang relevan yang dapat menjadi dasar pemahaman mengenai penggunaan rasa, tekstur, dan nilai gizi makanan dalam mempengaruhi preferensi konsumen.

Perilaku konsumen yang mencakup faktor-faktor seperti preferensi individual, pengalaman sebelumnya, dan asosiasi merek dapat menjadi relevan dalam memahami bagaimana konsumen merespons dan menerima produk (Meilgaard & Civille, 2016). Faktor-faktor tersebut menurut Preferensi Konsumen Terhadap Organoleptik *Cookies* Non Terigu dapat di ukur dari segi rasa, aroma dan tekstur untuk mengetahui dan menganalisa preferensi individual (Ayuningtyas,2020). Preferensi konsumen juga bisa meliputi faktor-faktor seperti uji kesukaan, menyukai produk berdasarkan tekstur / kerenyahan, *mouthfeel*, kemudahan untuk ditelan dan *aftertaste* (Hanifa et al.,2023), selain itu faktor harga, produk promosi, kemasan, warna, varian dan tempat penjualan juga menjadi faktor penentu keputusan pembelian produk (Nuraliyah et al.,2023) sorgum selain mengandung komponen pangan fungsional juga sesuai dengan banyaknya kandungan nilai gizi serta tingginya manfaat tepung sorgum bagi kesehatan sebagaimana yang pernah diteliti dalam Potensi Bahan Pangan Fungsional (Suarni,2017) diharapkan dapat juga mempengaruhi minat konsumen terhadap *Cookies* Sorgum "Mauurasa".

Berdasarkan fenomena, teori dan penelitan terdahulu maka peneliti ingin memahami secara komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan konsumen terhadap *cookies* mauurasa, sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen. Sehingga penulis melakukan penelitian uji experimental respon konsumen terhadap penerimaan produk *cookies* sorgum mauurasa.

1.2 Rumusan Masalah

Studi tentang "Respon Konsumen terhadap Penerimaan Produk sehat *Cookies* Sorgum Mauurasa, Berikut adalah dua rumusan masalah yang tepat untuk topik tersebut:

1. Bagaimana respon konsumen terhadap rasa, tekstur, dan aroma *Cookies* Sorgum "Mauurasa" yang menggunakan tepung sorgum sebagai bahan utamanya?
2. Apakah faktor-faktor seperti kesadaran akan kesehatan, penampilan produk, dan harga memengaruhi preferensi konsumen terhadap *Cookies* Sorgum "Mauurasa"?

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Ruang Lingkup dan Batasan Masalah dalam penelitian mengenai "Respon Konsumen terhadap Penerimaan Produk sehat *Cookies* Sorgum Mauurasa" akan membantu mengarahkan fokus penelitian dan menentukan parameter-parameter yang relevan. Berikut adalah ruang lingkup dan batasan masalah yang perlu diperhatikan:

1.3.1 Ruang Lingkup

1. Penelitian ini akan memfokuskan pada produk *Cookies* Sorgum dengan merek "Mauurasa" sebagai produk yang akan diuji respon konsumennya.
2. Variabel utama dalam penelitian ini adalah respon konsumen terhadap *Cookies* Sorgum "Mauurasa" dalam hal rasa, tekstur, dan aroma. Selain itu, faktor-faktor lain yang memengaruhi preferensi konsumen seperti penampilan produk, dan kemasan juga akan diukur dan dianalisis.

1.3.2 Batasan Masalah

1. Penelitian ini akan membatasi pada produk *Cookies* Sorgum dengan merek "Mauurasa".
2. Penelitian ini akan menggunakan metode eksperimen dengan langkah-langkah berupa analisis resep, uji coba, uji sensori dan uji hedonik.
3. Penelitian ini akan terbatas oleh waktu dan anggaran yang tersedia sehingga hanya mempertimbangkan preferensi konsumen tertentu dan tidak mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang dapat

memengaruhi penerimaan produk di pasar, seperti tren pasar, promosi produk, atau faktor-faktor musiman.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tujuannya adalah untuk mengetahui:

1. Mengidentifikasi respon konsumen terhadap rasa, tekstur dan aroma *Cookies* Sorgum "Mauurasa" dengan tepung sorgum sebagai bahan utamanya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami apakah *Cookies* Sorgum "Mauurasa" memiliki karakteristik yang dapat bersaing dengan produk *cookies* konvensional dalam hal kualitas organoleptik.
2. Menganalisis kesadaran akan kesehatan dan penampilan produk terhadap preferensi konsumen pada *Cookies* Sorgum "Mauurasa."

1.5 Manfaat Penelitian

Analisis Respon Konsumen terhadap Penerimaan Produk sehat *Cookies* Sorgum Mauurasa memiliki manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pemahaman akademis tentang preferensi konsumen terhadap makanan sehat dan inovasi produk. Ini akan membantu mengembangkan teori-teori yang lebih baik tentang bagaimana faktor-faktor seperti rasa, tekstur, kesadaran kesehatan, dan harga memengaruhi penerimaan produk.
2. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk produk *Cookies* Sorgum "Mauurasa." Mereka dapat menonjolkan fitur-fitur yang paling disukai oleh konsumen dan memasarkannya sebagai produk makanan sehat yang inovatif.
3. Penelitian ini juga memberikan wawasan kepada konsumen tentang produk makanan yang lebih sehat,

khususnya produk yang menggunakan sorgum sebagai bahan baku. Ini dapat membantu konsumen membuat pilihan makanan yang lebih bijaksana berdasarkan pengetahuan yang lebih baik tentang opsi makanan sehat yang tersedia di pasar.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini juga akan memberikan wawasan kepada produsen *cookies* tentang potensi sorgum sebagai bahan baku dalam produk makanan sehat.
2. Penelitian ini akan membantu produsen dalam pemahaman bagaimana kesadaran kesehatan memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih *cookies* sehat.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 – PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup dan batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 – TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berisi penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka konseptual, dan pengembangan hipotesis.

BAB 3 – METODE PENELITIAN

Berisi desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, obyek penelitian, metode pengumpulan data, skala pengukuran data, dan teknik analisis data.

BAB 4 – HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil wawancara, observasi dan kuesioner, pengolahan data dan analisis data.

BAB 5 – KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian.