

RINGKASAN EKSEKUTIF

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia terus mengalami perbaikan setelah terjadinya pandemi *COVID-19*. Makanan bercita rasa manis menjadi salah satu kuliner yang banyak disukai masyarakat Indonesia dengan sebanyak 40,1% responden mengaku mengkonsumsinya lebih dari 1x per hari menurut data dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) pada tahun 2018. Biskuit atau kue merupakan camilan manis yang paling banyak dibeli di Indonesia menurut survei Statista pada tahun 2022 dengan 38,4%.

Kue kering dan kerupuk merupakan kategori makanan ringan atau camilan terbesar di Indonesia menurut laporan Islandsun Indonesia pada tahun 2022 dengan menyumbang sekitar 85% dari total penjualan. Hal ini menunjukkan berkembangnya tren konsumsi camilan renyah di Indonesia. Kacang-kacangan merupakan pilihan camilan renyah yang populer di Indonesia dengan 75,4% responden mengaku mengkonsumsi kacang-kacangan menurut survei yang kelompok lakukan. Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia dilengkapi dengan berkembangnya tren masyarakat yang tertarik mencoba pengalaman kuliner baru seperti yang diungkapkan oleh survei yang dilakukan oleh Mondelez Indonesia pada tahun 2020 dengan sebanyak 77% responden mengaku sudah mencoba sejumlah kuliner terbaru.

Dengan kondisi yang terjadi, ditemukan peluang usaha di bidang makanan. Dengan memperhitungkan *capital* yang dimiliki, terbentuklah Flookies yang hadir dengan menawarkan produk camilan kue kering manis yang tipis dan renyah, dilengkapi dengan berbagai macam kacang-kacangan premium. Flookies memiliki keunikan tersendiri dengan menghadirkan berbagai varian rasa yang inovatif dan dilengkapi dengan *topping chocolate drizzle*, sehingga menciptakan kombinasi rasa yang menarik antara kue kering itu sendiri dengan *drizzle* dan memberikan pengalaman kuliner baru bagi konsumen. Dengan karakteristik

produk tersebut dan kesan premium yang ingin dibangun, Flookies menyasar konsumen dengan rentang usia 15 hingga 45 tahun yang berdomisili di Jabodetabek dengan SES A.

Kata Kunci	:	Camilan, kue kering, renyah, kacang-kacangan, dan premium
Bidang Usaha	:	Makanan dan minuman



EXECUTIVE SUMMARY

Based on data from the Badan Pusat Statistik (BPS), the growth of the food and beverage industry in Indonesia continues to improve after the COVID-19 pandemic. Sweet food is one of the most favorable among Indonesians, according to Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) in 2018 with 40.1% of respondents admitted to consuming sweet food more than once per day. Biscuits or cakes are both the most purchased sweet snacks in Indonesia with 38.4% according to a Statista survey in 2022.

Cookies and crackers' sales are the largest in the snack category in Indonesia according to the Islandsun Indonesia report in 2022, contributing around 85% of total sales. Based on a survey conducted by Flookies, nuts are a popular choice of crunchy snack as 75.4% of respondents admitted to consuming it. The growth of the food and beverage industry in Indonesia is complemented by the growing trend of people being interested in trying new culinary experiences, as a survey conducted by Mondelez Indonesia in 2020 revealed that 77% of respondents admitted to have tried a number of the newest culinary delights.

Business opportunities are found in the food sector. Based on Flookies' co-founders capital, Flookies was formed, offering thin and crunchy sweet pastry snack products, topped with various kinds of premium nuts. Flookies has its own uniqueness by presenting various innovative flavors combined with topping chocolate drizzle, thus creating an interesting flavor combination between the dry cake itself and the drizzle, providing a new culinary experience for consumers. With these product characteristics and the premium impression, Flookies targets

consumers aged 15 to 45 years who live in Jabodetabek with socioeconomic status A.

Keywords	:	<i>Snacks, cookies, crunchy, nuts, and premium</i>
Field of Business	:	<i>Food and Beverage</i>

