

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya pola makan yang sehat dan gaya hidup seimbang semakin meningkat. Hal ini dilakukan masyarakat dengan mulai beralih ke konsumsi produk berbahan dasar nabati dan mengurangi konsumsi produk hewani. Pola konsumsi produk nabati bukan hanya sekedar tren melainkan sebuah gaya hidup yang sedang berkembang dan dipraktekkan dengan mengurangi konsumsi produk hewani berlemak tinggi dan meningkatkan asupan seluruh makanan nabati, seperti sayur, buah, biji-bijian, dan kacang-kacangan (Gorin, 2021). Menurut *International Food Information Council* (2021), sekitar 65% masyarakat mengonsumsi lebih banyak protein dari sumber nabati. Data tersebut menunjukkan bahwa 24% dari mereka mengonsumsi lebih banyak produk susu nabati, 28% mengonsumsi lebih banyak alternatif daging nabati, dan 21% mengonsumsi variasi baru makanan kemasan tinggi protein nabati lainnya.

Di Indonesia, konsumsi makanan berbahan dasar nabati (*plant-based*) menjadi hal yang tidak asing lagi. Faktanya pada tahun 2017 sebanyak 39% penduduk Indonesia lebih banyak mengonsumsi produk bersumber dari protein non-hewani dan 24% lainnya telah melakukan pola makan berbahan dasar nabati (*plant-based*) (Intel, 2018). Produk nabati dapat diolah menjadi berbagai macam produk, seperti susu, tahu, tempe, minyak, tepung, dan lain sebagainya. Susu

merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan dan perkembangan manusia. Seiring dengan kemajuan dalam bidang pengembangan bahan pangan, diketahui bahwa sumber susu tidak terbatas pada produk hewani saja (Maris & Radiansyah, 2021). Tanaman dapat diolah fungsinya menjadi bahan dasar pembuatan susu yang dikenal sebagai susu nabati oleh masyarakat. Susu nabati diketahui menjadi salah satu produk minuman yang semakin lama semakin banyak digemari masyarakat karena manfaatnya. Hal yang sama berlaku bagi sebagian masyarakat di daerah perkotaan yang memiliki pola pikir bahwa susu nabati sebagai minuman suplemen bergizi tinggi yang umumnya dikonsumsi karena rendah lemak jenuh dan bebas kolesterol. Menurut data dari Neraca Bahan Makanan (2020), kelompok bahan pangan nabati menyumbang sekitar 90,33% dari ketersediaan energi dan sekitar 64,82% dari ketersediaan protein. Susu nabati juga dapat menjadi pilihan bagi individu yang mengalami alergi terhadap susu sapi, memiliki intoleransi laktosa, dan menjalani pola makan vegan. Susu nabati diperkirakan akan mengalami peningkatan permintaan yang besar karena semakin populernya gaya hidup vegan di seluruh dunia. Menurut Fact.Mr, susu nabati khususnya susu almond akan mengalami peningkatan permintaan sebesar 14% selama sepuluh tahun kedepan.

Industri-industri minuman di dunia telah mengembangkan beberapa jenis susu nabati, seperti susu kedelai, susu almond, susu oat, susu kacang mede, susu kelapa, dan susu beras yang semakin mudah ditemui di pasar (Bridges, 2018). Ketersediaan yang luas dan variasi susu nabati membentuk perilaku konsumen yang memberikan kebebasan dan kemudahan dalam memilih dan memperoleh susu

nabati di berbagai pasar swalayan. Perilaku konsumen merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen untuk membeli atau mengonsumsi produk/jasa. Menurut Kotler (2005) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu faktor internal, faktor eksternal, dan faktor situasional. Pengaruh faktor internal terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap, usia, dan pekerjaan, sedangkan faktor eksternal merupakan masukan informasi bagi konsumen yang berasal dari usaha-usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan seperti produk, harga, lokasi, dan promosi.

Kota Medan merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia yang memiliki perkembangan ekonomi yang pesat di wilayah Sumatera Utara sehingga Kota Medan dapat mewakili pasar yang signifikan dan bervariasi. Kota Medan memiliki populasi yang beragam dengan berbagai latar belakang budaya dan etnis sehingga dapat mewakili pasar yang mencakup preferensi, kebiasaan konsumen, dan keanekaragaman produk yang luas. Tren konsumsi susu nabati menyebar luas di Kota Medan. Hal ini didukung dengan pengamatan yang telah dilakukan bahwa banyak ditemukan individu yang membeli produk susu nabati di supermarket yang ada di kota ini. Penduduk kota Medan selaku konsumen produk susu nabati memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Perbedaan karakteristik tersebut menunjukkan variasi perilaku dalam merespons suatu produk. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk agar dapat bersaing di pasar. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi

keputusan pembelian dan gaya hidup konsumen susu nabati di pasar swalayan kota Medan.

1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik konsumen dalam pembelian susu nabati di Kota Medan.
2. Menganalisis faktor penentu keputusan pembelian konsumen terhadap susu nabati di Kota Medan.
3. Menganalisis faktor penentu gaya hidup konsumen terhadap susu nabati di Kota Medan.

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi produsen
Sebagai bahan pertimbangan dan informasi mengenai perilaku konsumen dalam membeli susu nabati sehingga dapat menentukan strategi pengembangan produk
2. Bagi konsumen atau masyarakat
Sebagai informasi dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian dan gaya hidup konsumen susu nabati.
3. Bagi peneliti
Sebagai sarana pembelajaran dan menambah wawasan mengenai perilaku konsumen khususnya keputusan pembelian. Bagi para peneliti yang tertarik

dengan permasalahan keputusan pembelian susu nabati dapat digunakan sebagai referensi atau pembanding untuk penelitian selanjutnya.