

BAB I

PENDAHULUAN

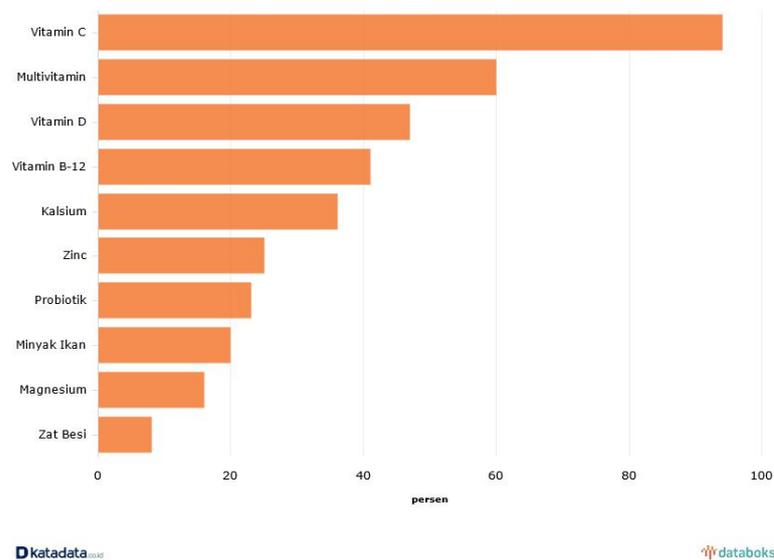
1.1 Latar Belakang

Pada saat pandemi COVID 19 Pemerintah mengajak untuk menjaga pola hidup sehat agar imun tubuh tetap terjaga dan terhindar dari virus penyakit. Hadirnya banyak penyakit, sampai adanya pandemi COVID 19 menyebabkan masyarakat lebih peduli dengan kesehatannya dan juga lingkungannya. Untuk menghadapi keadaan pandemi, perlu diadakan upaya pencegahan dan pengendalian terkenanya virus COVID 19. Satu bentuk pencegahan yang bisa dilakukan oleh masyarakat dengan menjaga serta meningkatkan ketahanan tubuh, melalui kesehatan perorangan. Daya tahan tubuh bisa ditingkatkan dan juga dijaga, yaitu dengan membiasakan pola hidup sehat seperti menjaga kebersihan, konsumsi nutrisi yang baik, dan tentunya dengan mengkonsumsi suplemen kesehatan. Tidak sedikit masyarakat yang menjaga imun tubuh dengan cara mengkonsumsi suplemen kesehatan, supaya tetap sehat dan dapat terhindar dari penyakit.

Minat masyarakat dalam meningkatkan daya tahan tubuh menyebabkan meningkatnya pengonsumsian suplemen kesehatan. Penggunaan suplemen makanan dan makanan fungsional meningkat secara global. Pasar vitamin dan mineral lebih dari 13 miliar USD di AS, dengan proyeksi pertumbuhan hingga 2020 di sebagian besar pasar global, pasar terkuat berdasarkan ukuran pasar di seluruh dunia termasuk AS, Cina, Italia, dan India (Kuesten et al., 2019)

Terdapat lonjakan permintaan produk multivitamin di sejumlah industri farmasi selama pandemi Covid-19 bergulir. Terdapat peningkatan permintaan diatas 100% dan ada yang mencapai tiga kali lipat. Pada saat ini terjadi lonjakan permintaan produk seperti suplemen vitamin C, dan juga herbal. Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi suplemen kesehatan dalam rangka menjaga daya tahan tubuh menyebabkan kenaikan penjualan suplemen kesehatan. Terutama didorong oleh generasi muda dan juga orang tua yang menyadari perlunya meningkatkan kesehatan keluarga di masa pandemi (Kontan.co.id, 2020).

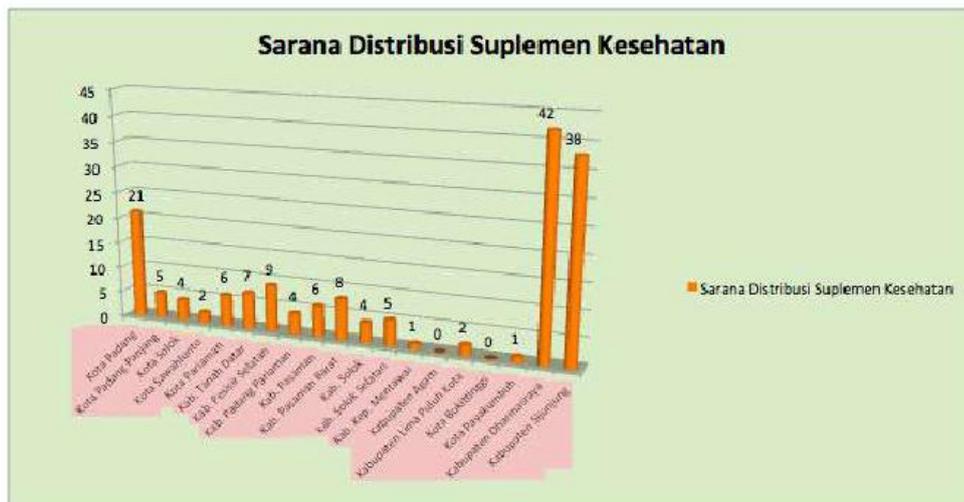
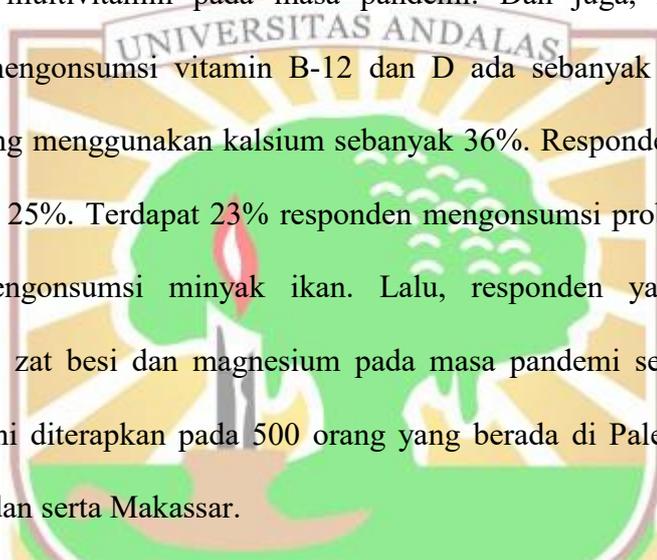
Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) mengemukakan, pada Januari sampai Agustus 2020, BPOM menerbitkan izin edar suplemen kesehatan sebanyak 399, obat tradisional sebanyak 201, dan 3 untuk fitomarmaka (Kontan.co.id, 2020).



Gambar 1. 1 Jenis Suplemen yang Paling Banyak Dikonsumsi Masyarakat Indonesia Pada Saat Pandemi Covid-19

(Sumber: Katadata, 2021)

Neurosensum melakukan survei yang menunjukkan, masyarakat Indonesia 73% lebih banyak mengonsumsi suplemen pada masa pandemi Covid 19. Dari persentase tersebut, responden yang menggunakan vitamin C saat pandemi covid-19 adalah 94%. Vitamin C memiliki fungsi untuk menambah kekebalan tubuh. Serta, vitamin C juga memiliki antioksidan dan dapat melindungi sel tubuh dari kerusakan yang dikarenakan radikal bebas. Sebanyak 60% responden mengatakan mengonsumsi multivitamin pada masa pandemi. Dan juga, responden yang mengatakan mengonsumsi vitamin B-12 dan D ada sebanyak 41% dan 47%. Responden yang menggunakan kalsium sebanyak 36%. Responden mengonsumsi zinc sebanyak 25%. Terdapat 23% responden mengonsumsi probiotik. Dan 20% responden mengonsumsi minyak ikan. Lalu, responden yang mengatakan mengonsumsi zat besi dan magnesium pada masa pandemi sebanyak 8% dan 16%. Survei ini diterapkan pada 500 orang yang berada di Palembang, Jakarta, Surabaya, Medan serta Makassar.



Gambar 1. 2 Data Sarana Distribusi Suplemen Kesehatan di Sumatera Barat

Terdapat 165 sarana distribusi suplemen kesehatan di tahun 2020 yang tersebar, dan diantaranya Kota Padang menduduki sarana distribusi suplemen kesehatan dengan 21 sarana distribusi suplemen kesehatan yang tersebar di Kota Padang. Suplemen penjaga daya tahan tubuh sudah banyak sekali dibutuhkan konsumen pada masa pandemi. Masyarakat didorong oleh keharusan untuk menjaga kesehatan sehingga terhindar dari penyakit. Sehingga banyak yang mengonsumsi suplemen kesehatan sebagai penjaga daya tahan tubuh. Pengalaman di masa lalu akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Berdasarkan pengetahuan yang didapat konsumen dalam pengalaman dimasa lalu maka dapat memutuskan produk mana yang memberi kepuasan tertinggi yang menjadi pilihan akan dibeli konsumen serta yang direkomendasikan.

Menurut Badan POM (2020), suplemen kesehatan yaitu produk yang berfungsi sebagai pencukupan zat gizi yang dibutuhkan, meningkatkan, pemeliharaan, ataupun memperbaiki fungsi kesehatan, memiliki nilai gizi atau efek fisiologis, memiliki kandungan bahan berupa, asam amino, vitamin, mineral dan/atau bahan lain yang tidak tumbuhan dan bisa dikombinasi dengan tumbuhan. Pengonsumsi suplemen kesehatan berfungsi untuk pelengkap terutama dalam pemeliharaan kesehatan serta membantu tubuh untuk pulih dari suatu kondisi penyakit (BPOM 2020).

Masyarakat sebagai konsumen memiliki penilaian yang beragam terhadap penggunaan suplemen kesehatan. Persepsi, motivasi, norma subjektif dan sikap merupakan salah satu hal yang menyebabkan kecenderungan masyarakat untuk lebih memilih jenis produk tertentu, termasuk dalam memilih jenis produk

kesehatan mana yang akan digunakan. Salah satu hal yang termasuk kedalam perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi pembelian adalah persepsi, pada masa sekarang, banyak masyarakat yang meyakini bahwa mengonsumsi suplemen kesehatan dapat membantu menjaga kesehatan. Menurut Rezai et al, (2017), kerentanan persepsi memotivasi orang untuk divaksinasi influenza, mengonsumsi makanan sehat dan menggunakan tabir surya untuk mencegah kanker kulit. Karena itu, persepsi yang kuat yang dapat mendorong seseorang untuk mengadopsi perilaku yang sehat. Persepsi memiliki pengaruh langsung terhadap penerimaan penggunaan suatu produk, sehingga persepsi dirasa dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih produk yang akan dikonsumsi (Jokar et al., 2017).

Menurut penelitian Nedra et al, (2015), motivasi mempengaruhi minat konsumen dalam membeli produk. Pada penelitian ini konsumen membeli produk alami karena alasan produk alami lebih sehat dan bergizi daripada produk konvensional, memiliki rasa terbaik dan diproduksi tanpa bahan kimia dan melindungi lingkungan, konsumen membeli produk berbahan alami karena mereka menganggapnya sebagai produk yang sehat. Masalah kesehatan adalah motivasi penting untuk pembelian dan konsumsi produk. Pada penelitian ini juga persepsi menjadi suatu faktor penentu yang mempengaruhi minat beli produk organik. Konsumen membeli produk karena dipengaruhi oleh persepsi konsumen yang memiliki keyakinan bahwa produk dianggap lebih sehat bagi tubuh. Penelitian telah menyebutkan bahwa kesehatan dan kebersihan merupakan atribut utama dari kualitas yang diperhatikan oleh konsumen produk organik.

Rezai et al, (2017) pada penelitiannya mencoba melihat niat konsumen untuk membeli makanan fungsional alami, dalam penelitiannya memvalidasi komponen utama TPB dan HBM seperti persepsi kerentanan, manfaat yang dirasa, hambatan yang dirasa, *cue to action* (norma subjektif) dan sikap dalam konteks niat membeli pangan fungsional alami. Pada penelitian ini faktor yang berpengaruh besar pada pembelian pangan fungsional alami adalah manfaat yang dirasakan, diikuti oleh sikap, norma subjektif dan persepsi kerentanan.

Aryadhe dkk, (2018), dalam penelitiannya menyatakan sikap adalah faktor yang memberikan pengaruh kepada seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk, cara yang baik untuk memahami alasan konsumen melakukan tindakan tertentu adalah dengan mempelajari sikap konsumen tersebut. Dan juga, sikap seseorang menunjukkan perasaan tidak suka atau suka pada sesuatu, oleh karena itu dengan mempelajari dan mengetahui hal tersebut, dapat digunakan untuk menebak seberapa besar daya belinya. Untuk memahami bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian, proses psikologi berperan penting untuk memahami hal tersebut (Kotler dan Keller, 2016). Ketika konsumen bersedia dalam membeli produk hal itu mengacu pada niat belinya (Wu dan Chang, 2016). Niat beli atas produk yang ditawarkan menjadi proses dalam mengambil keputusan oleh pelanggan.

Motivasi, persepsi, norma subjektif dan sikap yang mendorong keinginan konsumen untuk membeli suplemen kesehatan patut untuk diperhitungkan. Karena pada saat sekarang suplemen kesehatan sudah berkembang cukup pesat sehingga sebagai pemasar tentu perlu memperhatikan aspek yang menentukan

konsumen dalam membeli produk. Untuk pengembangan manajemen pemasaran, penting untuk dilakukan kajian terhadap perilaku konsumen dalam minat pembelian, sehingga berdasarkan latar belakang penelitian dilakukan penelitian terhadap **Pengaruh Persepsi, Motivasi, Norma subjektif dan Sikap Pada Minat Beli Suplemen Kesehatan di Kota Padang.**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasar pada latar belakang di atas, penulis dapat menyatakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi berpengaruh pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang?
2. Apakah motivasi berpengaruh pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang?
3. Apakah norma subjektif berpengaruh pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang?
4. Apakah sikap berpengaruh pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai penggambaran jelas dan rinci dari beberapa masalah yang sudah dijabarkan, yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh persepsi pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang

2. Untuk menguji pengaruh motivasi pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang
3. Untuk menguji pengaruh norma subjektif pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang
4. Untuk menguji pengaruh sikap pada minat beli suplemen kesehatan di Kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa berguna juga bermanfaat sebagai penambah pengetahuan dan juga pemahaman untuk melihat pengaruh variabel persepsi, motivasi dan sikap terhadap minat beli suplemen kesehatan

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa menjadi acuan oleh para pemasar guna memahami pentingnya persepsi, motivasi, norma subjektif dan sikap konsumen dalam mempengaruhi minat beli suplemen kesehatan dan sebagai pertimbangan untuk mengatur strategi pemasaran produk.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Supaya penelitian bisa lebih terarah, penulis membatasi untuk meneliti 4 variabel yaitu persepsi konsumen, motivasi konsumen, norma subjektif dan sikap konsumen terhadap minat pembelian suplemen kesehatan dan pengambilan data

dilakukan terhadap masyarakat di Kota Padang yang mengetahui informasi mengenai suplemen kesehatan.

I.6 Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini terdapat bab - bab yang terpadu pada sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab tinjauan literatur dibahas teori yang menjadi dasar penelitian, penelitian yang sudah ada, pengembangan hipotesis, dan kerangka konseptual yang menjadi gambaran penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas rancangan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, metode dalam mengumpulkan data, operasionalisasi dan mengukur variabel, serta metode menganalisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas hasil dari sebaran kuisioner, karakteristik responden, menganalisis penelitian, pengujian instrumen penelitian, analisis data yang dipergunakan untuk menguji hipotesis.

BAB V PENUTUP

Isi dari bab ini yaitu kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian, saran, dan implikasi.

