

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pangan memegang peranan fundamental dalam menunjang kualitas sumber daya manusia serta kesehatan tubuh. Sayangnya, peran ini sering kali terabaikan oleh kebiasaan konsumsi yang buruk, yang kini menjadi pemicu utama lonjakan Penyakit Tidak Menular (PTM) seperti kanker, diabetes, obesitas, dan hipertensi. Laporan *World Health Organization* (WHO, 2023) menyoroti fakta mengkhawatirkan bahwa 74% kematian global pada tahun 2022 diakibatkan oleh PTM, yang akar masalahnya bersumber dari gaya hidup dan pola makan tidak seimbang. Guna memitigasi risiko tersebut, WHO merekomendasikan asupan sayur dan buah setidaknya 400 gram per hari sebagai standar hidup sehat (Kompas.id, 2024).

Kondisi di Indonesia menunjukkan situasi yang mengkhawatirkan. Survei Kesehatan Indonesia (SKI, 2023) melaporkan bahwa 96% masyarakat Indonesia belum sesuai dengan rekomendasi asupan buah dan sayur yang telah ditetapkan. Hanya sekitar 3,3% masyarakat yang mengonsumsi buah dan sayur sesuai rekomendasi dari WHO, sementara 67,5% hanya mengonsumsi 1-2 porsi per hari, jauh dari yang telah ditetapkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) (BadanPangan.go.id, 2023). Kondisi ini memperlihatkan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi pangan sehat dan gizi seimbang.

Tabel 1.1 Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia

Kelompok Makanan	Pola Konsumsi Makanan (Persen)
	2023
Padi-Padian	10,63
Umbi-umbian	0,38
Daging	3,52
Telur dan Susu	3,51
Sayur-sayuran	7,82
Kacang-kacangan	2,63
Buah-buahan	4,97
Minyak dan Kelapa	3,00
Bahan Minuman	2,44
Bumbu-bumbuan	2,51
Makanan dan Minuman Jadi	35,70
Rokok	15,43

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023)

Berdasarkan data diatas, pola konsumsi makanan Indonesia pada tahun 2023 menunjukkan mayoritas masyarakat Indonesia lebih banyak mengonsumsi makanan dan minuman jadi. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat Indonesia masih kurang sadar terhadap pola hidup yang sehat. Mereka cenderung akan memilih dan memakan makanan yang hanya enak tanpa mementingkan makanan tersebut sehat dan bergizi tinggi. Hal ini menegaskan bahwa masyarakat masih cenderung memilih makanan praktis yang enak tanpa mempertimbangkan aspek gizi dan kesehatan.

Tabel 1.2 Pola Konsumsi Masyarakat Sumatra Barat

Rincian Komoditas	Satuan	Konsumsi per Kapita per Minggu	
		Perkotaan	Perdesaan
Padi-padian			
Beras	Kg	1,370	1,729
Beras Ketan	Kg	0,05	0,005
Tepung Terigu	Kg	0,017	0,005
Umbi-umbian			
Ketela pohon/singkong	Kg	0,024	0,037
Ubi jalar	Kg	0,018	0,024
Talas/keladi	Kg	0,007	0,018
Kentang	Kg	0,122	0,119

Sumber: (Susenas, 2024)

Fenomena tersebut tidak hanya terjadi secara nasional, tetapi juga terefleksi nyata di wilayah Sumatera Barat. Provinsi ini sejatinya memiliki keunggulan komparatif berupa tanah yang subur dan potensi agrikultur yang melimpah. Akan tetapi, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), peran sektor pertanian Sumatera Barat baru menyumbang sekitar 6,45% terhadap perekonomian di Pulau Sumatera, dan berkontribusi sebesar 1,52% terhadap perekonomian nasional. Meskipun demikian, pola konsumsi masyarakat Sumatera Barat menurut Susenas (2024) masih didominasi oleh beras, baik di perkotaan maupun perdesaan. Konsumsi buah, sayur, dan pangan bergizi lainnya relatif rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa permasalahan bukan semata pada ketersediaan produk sehat, melainkan juga dipengaruhi oleh perilaku, persepsi, dan niat beli masyarakat.

Berbagai hambatan turut memengaruhi rendahnya perilaku konsumsi produk makanan sehat. Rendahnya literasi gizi menjadi salah satu penyebab utama. Survei Kesehatan Indonesia (SKI, 2023) mencatat 43,3% masyarakat tidak menyukai sayur (81,4%), tidak terbiasa (25,4%), dan rasa malas (12%) menjadi penghalang signifikan (Kompas.id,2024). Hambatan struktural seperti keterbatasan akses (61,8%) dan harga mahal (28,6%) juga menambah tantangan. Ditambah lagi, gaya hidup modern yang serba cepat mendorong masyarakat memilih makanan instan yang kurang bergizi karena alasan kepraktisan (Kompasiana, 2024).

Temuan ini sejalan dengan Maharani et al., (2025) menemukan di Kota Padang *perceived benefits* dari diet sehat, seperti peningkatan energi, rasa percaya diri, dan pencegahan risiko penyakit, menjadi faktor pendorong penting untuk memilih pola makan yang lebih sehat. Namun, *perceived barriers* yang meliputi keterbatasan biaya, tekanan sosial, serta kebiasaan makan yang telah mengakar, menjadi faktor penghalang yang signifikan dalam mempertahankan perilaku mengonsumsi produk makanan sehat.

Sementara itu, ketersediaan produk makanan sehat di pasar domestik semakin beragam, mencakup produk organik rendah gula, rendah lemak, dan tinggi serat. Meskipun demikian, tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk-produk tersebut belum mengalami peningkatan yang signifikan. Kondisi ini menegaskan perlunya pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor psikologis dan perilaku yang mempengaruhi niat pembelian produk makanan sehat khususnya di Provinsi Sumatera Barat.

Produk yang menjadi fokus dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai *healthy food*. Mengacu pada standar WHO (2023), makanan sehat didefinisikan sebagai pangan dengan komposisi gizi seimbang yang kaya akan serat, vitamin, dan mineral, serta memiliki kandungan lemak jenuh, gula tambahan, dan natrium yang rendah. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2024) memperjelas cakupan

ini dengan menyertakan buah-buahan, sayuran, biji-bijian utuh, serta sumber protein tanpa lemak seperti tahu, tempe, dan kacang-kacangan. Lebih lanjut, *Food and Agriculture Organization* (FAO, 2023) memperluas definisi ini pada produk olahan seperti makanan organik dan *functional food* yang diformulasikan untuk manfaat kesehatan spesifik, seperti peningkatan imunitas dan penurunan kolesterol. Dengan demikian, objek penelitian ini adalah produk pangan yang berperan dalam pemenuhan gizi seimbang dan pencegahan penyakit tidak menular.

Untuk mendukung adanya fenomena dan masalah penelitian, peneliti telah melakukan survei awal terhadap 20 responden. Hasil lengkap survei tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.3 Survei Pendahuluan

Pertanyaan	Hasil	Persentase
Apakah Anda menyadari bahwa mengonsumsi makanan sehat sangat penting untuk menjaga kesehatan tubuh?	Sebagian besar responden menyadari pentingnya konsumsi makanan sehat bagi tubuh. Hampir seluruh responden memiliki sikap positif (setuju dan sangat setuju) terhadap isu kesehatan ini.	± 94% memiliki <i>attitude</i> positif
Bagaimana persepsi Anda terhadap manfaat yang ditawarkan oleh produk makanan sehat?	Mayoritas responden memandang positif manfaatnya, terutama untuk mencegah penyakit kronis dan menjaga berat badan ideal. Namun, pemahaman ini belum tentu sejalan dengan pola konsumsi rutin.	90%
Apa hambatan utama yang membuat Anda	Sebagian besar responden merasa terhalang oleh faktor rasa dan harga.	70%

Pertanyaan	Hasil	Persentase
ragu atau jarang mengonsumsi makanan sehat?	Meskipun menyadari manfaatnya, persepsi bahwa makanan sehat itu "kurang enak" dan "mahal" menjadi kendala utama dibandingkan ketersediaan produk.	
Bagaimana intensitas pembelian Anda terhadap produk makanan sehat saat ini?	Tingkat pembelian masih rendah. Meskipun sikap (attitude) responden sangat positif, realisasi perilaku belinya (purchase intention/action) mayoritas masih dalam kategori "Jarang". Hal ini menunjukkan adanya <i>gap</i> antara sikap dan perilaku.	±80%

Sumber: Pre-survei, 2025

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas, hasil survei pendahuluan menunjukkan bahwa tingkat kesadaran responden terhadap pentingnya makanan sehat sudah sangat tinggi, di mana mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa konsumsi makanan sehat krusial bagi tubuh. Persepsi manfaat (*perceived benefits*) yang paling dirasakan responden adalah kemampuan produk dalam mencegah penyakit kronis dan menjaga berat badan ideal. Namun, tingginya kesadaran tersebut belum berbanding lurus dengan intensitas pembelian. Terdapat hambatan persepsi (*perceived barriers*) yang signifikan, terutama terkait faktor rasa yang dianggap kurang enak (dominan) serta harga yang relatif mahal. Akibatnya, realisasi perilaku pembelian (*purchase intention*) masih tergolong rendah, dengan mayoritas responden (16 orang) mengaku masih 'jarang' mengonsumsi produk makanan sehat tersebut.

Dalam upaya memahami perilaku konsumen dalam konteks konsumsi produk makanan sehat, penelitian ini menggunakan teori *Health Belief Model* (HBM) karena memiliki variabel *perceived barriers* dan *perceived benefits* yang digunakan dalam penelitian ini merupakan komponen utama dalam *Health Belief Model* (HBM). Variabel tersebut membantu menjelaskan bagaimana persepsi individu mengenai manfaat dan hambatan dapat mendorong atau menghambat suatu perilaku, termasuk niat membeli produk makanan sehat.

Penelitian terdahulu telah banyak mengkaji berbagai aspek yang berperan dalam membentuk *purchase intention* pada produk makanan sehat, baik di tingkat nasional maupun tradisional. Misalnya, penelitian Rezai et al. (2017) menemukan bahwa *perceived benefits* dan *perceived barriers* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*. Secara spesifik, *perceived benefits* mendorong *purchase intention*, sedangkan *perceived barriers* cenderung menjadi faktor penentu dalam *purchase intention* produk makanan sehat. Akan tetapi, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan di luar negeri, sehingga kurang menggambarkan karakteristik konsumen di Sumatera Barat yang memiliki pola konsumsi yang khas, seperti ketergantungan tinggi pada beras dan rendahnya konsumsi buah serta sayur. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan empiris yang perlu diisi dengan kajian berbasis konteks lokal.

Purchase intention adalah alat dalam mengambil keputusan yang digunakan untuk memahami motivasi konsumen dalam memilih dan membeli suatu merek. Istilah ini juga mengacu pada kecenderungan seseorang untuk membeli produk tertentu dalam situasi tertentu. Aspek emosional dalam pengambilan keputusan memiliki kaitan dengan *purchase intention* konsumen terhadap produk makanan sehat. Minat konsumen untuk melakukan pembelian muncul ketika mereka melihat sesuatu yang dinilai menarik.

Dalam proses pembelian, *perceived benefits* sering menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh banyak konsumen. Artinya, *purchase intention* terhadap produk makanan sehat secara signifikan dipengaruhi pandangan konsumen mengenai manfaat yang akan dirasakan setelah mengonsumsi produk tersebut. *Perceived benefits* merupakan pandang positif konsumen terhadap nilai atau keuntungan pribadi yang mereka harapkan dari penggunaan produk atau layanan tertentu. Persepsi tersebut berpotensi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumen dan pada akhirnya berdampak terhadap niat mereka untuk melakukan pembelian. (Rodrigues et al., 2024).

Variabel *attitude* juga memainkan peran penting dalam penelitian ini. *Attitude* berperan sebagai penghubung antara *perceived benefits* dan *perceived barriers* dengan *purchase intention*. *Attitude* terhadap suatu produk memainkan peran penting dalam membentuk *purchase intention*. Konsumen yang ingin mendapatkan manfaat untuk kesehatan diri mereka akan cenderung memiliki *attitude* positif terhadap produk makanan sehat. Namun, apabila terdapat *perceived barriers* terlalu tinggi *attitude* positif ini akan berkurang. *Attitude* positif yang terbentuk akan mendorong konsumen untuk memiliki *purchase intention* yang lebih tinggi (Bazhan et al., 2024). Dengan memahami ketiga variabel ini, diharapkan mampu menemukan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan minat beli produk makanan sehat khususnya di Provinsi Sumatera Barat.

Maka, berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan serta hasil survey pendahuluan, penulis terdorong untuk meneliti lebih dalam mengenai “**Pengaruh Perceived Benefits dan Perceived Barriers Terhadap Attitude Pada Purchase Intention di Sumatera Barat**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang dalam masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *perceived benefits* terhadap *attitude* konsumen pada produk makanan sehat di Sumatera Barat?
2. Bagaimana pengaruh *perceived barriers* terhadap *attitude* konsumen pada produk makanan sehat di Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh *attitude* konsumen terhadap *purchase intention* produk makanan sehat di Sumatera Barat?
4. Bagaimana pengaruh *perceived benefits* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *attitude* produk makanan sehat di Sumatera Barat?
5. Bagaimana pengaruh *perceived barriers* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *attitude* produk makanan sehat di Sumatera Barat?
6. Bagaimana pengaruh *perceived benefits* terhadap *purchase intention* produk makanan sehat di Sumatera Barat?
7. Bagaimana pengaruh *perceived barriers* terhadap *purchase intention* produk makanan sehat di Sumatera Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived benefits* terhadap *attitude* konsumen pada produk makanan sehat di Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived barriers* terhadap *attitude* konsumen pada produk makanan sehat di Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh *attitude* terhadap *purchase intention* produk makanan sehat di Sumatera Barat.
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived benefits* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *attitude* pada produk makanan sehat di Sumatera Barat.
5. Untuk mengetahui pengaruh *perceived barriers* terhadap *purchase intention* yang dimediasi oleh *attitude* pada produk makanan sehat di Sumatera Barat.

6. Untuk mengetahui pengaruh *perceived benefits* terhadap *purchase intention* pada produk makanan sehat di Sumatera Barat.
7. Untuk mengetahui pengaruh *perceived barriers* terhadap *purchase intention* pada produk makanan sehat di Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun harapan dari hasil penelitian ini akan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Bagi produksi produk makanan sehat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi strategis dan memberikan wawasan baru dalam memahami pasar produk makanan sehat.
2. Bagi penulis, hasil penelitian ini berguna sebagai sarana untuk memperdalam pemahaman serta mengimplementasikan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur dan wawasan, khususnya dalam lingkup Manajemen Pemasaran dan studi Perilaku Konsumen.
4. Bagi pemerintah, temuan dalam riset ini dapat dijadikan landasan atau bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam merancang kebijakan serta program sosialisasi untuk mendorong pola konsumsi makanan sehat di masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis agar mudah dimengerti dan mampu menampilkan hasil penelitian dengan jelas. Oleh karena itu, sistematika penulisan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab pembuka ini menguraikan dasar pemikiran penelitian yang meliputi latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, tujuan serta manfaat yang diharapkan, hingga batasan ruang lingkup penelitian.

Bab II: Tinjauan Literatur

Bab ini menyajikan kerangka teoritis yang berfungsi sebagai fondasi analisis masalah. Di dalamnya termuat kajian teori-teori relevan, tinjauan terhadap studi empiris atau penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta kerangka pemikiran konseptual.

Bab III: Metode Penelitian

Bagian ini menjelaskan secara rinci prosedur pelaksanaan riset, mulai dari desain penelitian, penentuan objek, teknik pengambilan sampel, spesifikasi jenis dan sumber data, hingga teknik pengumpulan data yang diterapkan.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini memuat hasil pengolahan data penelitian. Fokus utamanya adalah menyajikan analisis data, pelaksanaan uji hipotesis, serta interpretasi mendalam terhadap temuan yang dihasilkan.

Bab V: Penutup

Merupakan bagian akhir yang merangkum kesimpulan dari seluruh analisis data yang telah dilakukan, serta menyertakan implikasi dan saran konstruktif bagi pihak-pihak terkait maupun peneliti selanjutnya.