

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan pola hidup masyarakat terus berubah khususnya dalam hal makanan. Masyarakat kini tertarik dengan pola hidup yang lebih sehat dan penuh nutrisi. Salah satu pola hidup yang populer di masyarakat adalah pola hidup *plant based*. *Plant based* adalah pola makan yang mengutamakan makanan berbahan dasar nabati dan turunannya (Halloran, 2021). Pola makan berbasis *plant based* ini bertujuan untuk mengurangi konsumsi produk hewani, kesehatan, serta kepedulian terhadap lingkungan.

Pola makan berbasis *plant based* terus berkembang di negara Inggris. Sejak tahun 2012 UKRI (*United Kingdom Research and Innovation*) telah menginvestasikan 43 juta *poundsterling* khusus untuk penelitian dan pengembangan makanan berbahan dasar nabati. Sampai saat ini penelitian makanan berbahan dasar nabati masih dilakukan di beberapa universitas Inggris untuk mengembangkan alternatif protein di masa depan (GFI Europe, 2023). Smart Protein Project meneliti perkembangan selera dan pandangan mendalam tentang sikap pola makan nabati di Inggris. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa 48% konsumen daging di Inggris telah mengurangi asupan daging mereka dan motif utama pengurangan konsumsi ini adalah kesehatan (Guadarrama, 2024).

Pada dasarnya Indonesia telah memiliki beberapa makanan berbahan dasar nabati seperti tahu, tempe, dan susu kedelai. Menurut Oliver's Travel, Indonesia menempati urutan ke-16 dengan kategori negara yang ramah vegetarian (Oliver's Travel, 2017). Riset pasar menunjukkan bahwa 90% masyarakat Indonesia mulai mencoba lebih banyak mengonsumsi makanan berbahan dasar nabati untuk meningkatkan imunitas tubuh (Laarse, 2015). Menurut penelitian Kerry sebesar 67% konsumen di Indonesia tertarik pada produk *plant based*. Hal ini disebabkan karena konsumen di Indonesia ingin mencoba hal-hal baru seperti makanan *plant based* (Adriyan, 2022).

Surabaya merupakan kota terpadat kedua setelah Jakarta memiliki peluang besar untuk perkembangan pola makan berbahan dasar nabati. Hal ini

dibuktikan dengan adanya Vegan Festival Surabaya di Grand City Mall setiap tahunnya. Vegan festival yang diselenggarakan baru-baru ini bertema “Around the Word” yang berlangsung selama empat hari dari 25 Januari – 28 Januari 2024. Vegan festival tahun ini menyoroti pola hidup sehat dan gerakan ramah lingkungan untuk mengurangi efek global warming. Menurut Wamenparekraf Angela ada fakta menarik dari pola hidup vegan yaitu orang-orang yang menjalankan pola makan *plant based* terus meningkat tiap tahunnya (Tanoesoedibjo, 2024). Sebelumnya, Vegan Festival Surabaya tahun 2022 menjadi sorotan karena berhasil dinobatkan sebagai festival vegan terbesar di dunia oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Uno, 2022).

Adanya pola makan berbasis *plant based* ini menjadi hal kompleks dikarenakan setiap manusia memiliki sikap dan perilaku yang berbeda terhadap makanan. Sikap dan perilaku dalam diri manusia dapat mempengaruhi pembelian terhadap suatu makanan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pembelian terhadap suatu makanan adalah faktor pribadi (Kotler, 2008). Faktor pribadi dapat menjadi acuan untuk mengetahui karakteristik seseorang yang dapat mempengaruhi pembelian. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengidentifikasi faktor pribadi yang mempengaruhi pembelian produk *plant based cookies* khususnya pada masyarakat Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian yang mempengaruhi pembelian produk *plant based cookies* pada masyarakat Surabaya adalah apa saja faktor pribadi yang mempengaruhi orang Surabaya dalam membeli produk *plant based cookies*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian tentang faktor pribadi yang mempengaruhi pembelian produk *plant based cookies* adalah untuk mengidentifikasi apa saja faktor pribadi yang mempengaruhi orang Surabaya dalam membeli produk *plant based cookies*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian tentang faktor yang mempengaruhi pembelian produk kukis berlabel *plant based* adalah:

- 1) Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pengaruh faktor pribadi terhadap pembelian produk *plant based cookies*.
- 2) Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan masukan bagi penjual produk *plant based cookies*.