

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Air menjadi kebutuhan pokok bagi seluruh makhluk hidup, termasuk manusia. Tubuh manusia terdiri dari 70% cairan yang harus selalu terpenuhi supaya metabolisme berjalan dengan lancar (Irfan, 2023). Pemenuhan cairan tubuh tersebut melalui konsumsi air yang cukup. Umumnya manusia membutuhkan 2 sampai 2,5 liter air dalam sehari (Nilamsari et al., 2018) dalam (Pranastama et al., 2024). Apabila kebutuhan cairan tersebut tidak terpenuhi, tubuh akan mengalami dehidrasi sehingga dapat menyebabkan beragam gangguan kesehatan, seperti kelelahan, sakit kepala, sembelit, hingga yang lebih serius seperti gagal ginjal.

Bagi para atlet, terutama mereka yang menekuni cabang olahraga seperti atletik, kehilangan cairan tubuh merupakan hal yang tak terhindarkan. Intensitas latihan dan pertandingan yang tinggi, diiringi paparan suhu panas atau dingin, mempercepat proses dehidrasi. Dengan demikian, diperlukan minuman penunjang hidrasi yang mengandung elektrolit seperti natrium, kalium, dan magnesium, yang berperan penting dalam mempertahankan keseimbangan cairan tubuh dan fungsi otot. Salah satu minuman penunjang hidrasi tersebut adalah minuman isotonik.

Minuman isotonik merupakan minuman karbohidrat-elektrolit yang dapat mendukung kinerja dan pemulihan pada saat melakukan aktivitas atletik (Nurzak et al., 2021). Menurut (Karimah & Nidianti, 2023) minuman isotonik artinya minuman yang mempunyai tekanan osmotik yang sama

dengan darah. Tidak sedikit masyarakat mengonsumsi minuman isotonik sebagai alternatif untuk mengembalikan cairan tubuh setelah berolahraga.

Dengan meningkatnya permintaan minuman isotonik sampai saat ini, konsumen dapat memilih beragam varian minuman isotonik yang beredar di pasaran. Oleh karena itu, banyak merek minuman isotonik yang muncul dengan menawarkan beragam kandungan untuk menarik konsumen. Hal tersebut memicu adanya persaingan yang cukup ketat dalam pasar minuman isotonik diantara para kompetitor usaha di bidang FMCG (*Food Manufacturing and Consumer Goods*) (Morisson, 2022). Bahkan berdasarkan riset MARS Indonesia menyebutkan, sejak tahun 2014 sampai tahun 2016, industri minuman isotonik tumbuh 6,24% per tahun (Umi Kulsum, 2016) dalam (Morisson, 2022).

Namun, dibalik pertumbuhan minuman isotonik yang pesat terdapat hal yang harus diwaspadai. Mengonsumsi minuman isotonik yang berlebihan dan dalam jangka waktu yang panjang dapat mempengaruhi kesehatan. Hal tersebut memberikan dampak negatif apabila dikonsumsi setiap hari, yaitu elektrolit yang masuk ke dalam tubuh banyak sehingga menyebabkan kerja ginjal terlalu berat dan akan menimbulkan gangguan pada fungsi ginjal (Yaswir & Ferawati, 2012) dalam (Karimah & Nidianti, 2023).

Selain itu, minuman isotonik juga mengandung kadar gula yang tinggi. Sehingga, apabila mengonsumsi minuman isotonik tidak diiringi dengan olahraga dapat menyebabkan penambahan konsumsi kalori dalam sehari dan

menambah berat badan (Marlina, 2020). Hal tersebut sejalan dengan yang dikatakan oleh (Urtubia et al., 2023) bahwa konsumsi minuman olahraga termasuk isotonik secara berlebihan telah dikaitkan dengan kegemukan dan obesitas, penyakit kardiovaskular, serta diabetes. Sebab, minuman isotonik mengandung karbohidrat dan sering dimaniskan dengan gula yang berfungsi untuk mengembalikan energi dan cairan yang dikeluarkan selama latihan berat, sehingga penggunaannya umum di kalangan atlet (Urtubia et al., 2023).

Salah satu minuman isotonik yang dikenal luas oleh masyarakat Indonesia adalah Pocari Sweat. Pocari Sweat merupakan merek minuman isotonik yang diproduksi oleh PT. Amerta Indah Otsuka. Sampai dengan saat ini Pocari Sweat masih terus berkembang serta menjadi *market leader* dalam kategori minuman isotonik di Indonesia (Malichah & Wiwoho, 2021). Pocari Sweat juga dikenal dengan kualitasnya yang baik dan melekat di benak masyarakat.

Namun, sama dengan minuman isotonik lainnya Pocari Sweat juga mengandung kadar gula yang cukup tinggi. Komposisi Pocari Sweat terdiri dari gula, glukosa, asam sitrat, natrium klorida, vitamin C, kalium klorida, kalsium laktat, magnesium, karbonat dan perisacitrus (Erniwati & Devi, 2021). Kadar gula dalam satu botol Pocari Sweat berukuran 500 ml sebesar 28 gram atau setara dengan 2,24 sendok makan gula. Padahal dalam Permenkes No. 30 Tahun 2013, anjuran konsumsi gula adalah 10% dari total energi (200 kkal) atau setara dengan 4 sendok makan gula (50 gram per orang per hari) (Ratu et al., 2022). Artinya, apabila seseorang mengonsumsi 1 botol Pocari

Sweat ukuran 500 ml sama dengan menyumbangkan 60% dari batas gula harian yang dikonsumsi.

POCARI SWEAT adalah minuman isotonik
POCARI SWEAT untuk yang beraktivitas
dan berkeringat serta memerlukan
penggantian elektrolit dengan cepat.

INFORMASI NILAI GIZI
Takaran saji: 250 mL
2 Sajian per Kemasan

JUMLAH PERSAJIAN
Energi Total 60 kkal

		%AKG*
Lemak Total	0 g	0%
Lemak Jenuh	0 g	0%
Protein	0 g	0%
Karbohidrat Total	15 g	5%
Gula	14 g	8%
Garam (natrium)	120 mg	8%

*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.

• **Konsentrasi elektrolit:**

Kation (mEq/L)		Anion (mEq/L)	
Na ⁺	21	Cl ⁻	16
K ⁺	5	Sitrat ²⁻	10
Ca ²⁺	1	Laktat ⁻	1

Sumber: Sayurbox

Gambar 1.1 Informasi gizi Pocari Sweat

Dengan demikian, tidak mengherankan apabila tingkat penderita diabetes di Indonesia masih tinggi. Hal tersebut dipicu oleh kegemaran masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi minuman manis. Salah satunya adalah mengonsumsi Pocari Sweat meskipun hanya melakukan olahraga ringan. Padahal, minuman isotonik diformulasikan untuk seseorang yang melakukan olahraga secara rutin setidaknya 90 menit setiap hari (Marlina, 2020). Sehingga, seseorang yang mengonsumsi Pocari Sweat dengan intensitas olahraga ringan dapat memicu munculnya penyakit diabetes.

Pada tahun 2021 Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melaporkan jumlah penderita diabetes melitus sebanyak 19,47 juta jiwa di

Indonesia (Kemenkes RI, 2022) dalam (Sutomo & Purwanto, 2023). Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur melaporkan jumlah penderita diabetes mellitus di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2021 mencapai 929.535 kasus (Sutomo & Purwanto, 2023). Angka tersebut meningkat dibandingkan sebelumnya pada tahun 2019 Provinsi Jawa Timur mendapat predikat penyumbang angka penderita diabetes terbanyak di Indonesia sebesar 841.994 kasus (Safire & Purhadi, 2023). Sampai dengan saat ini, pemerintah gencar memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai bahayanya penyakit diabetes.

Saat ini masyarakat mulai sadar untuk lebih memperhatikan asupan gula harian, agar terhindar dari penyakit diabetes. Kesadaran masyarakat tersebut dibuktikan dengan menurunnya angka penderita diabetes di Jawa Timur yang mulai menurun ditahun 2023 sebesar 843.171 dari sebelumnya pada tahun 2021 sebesar 929.535 kasus.

Masyarakat baru menyadari bahwa minuman isotonik, termasuk Pocari Sweat mengandung gula yang tinggi ketika mendapatkan edukasi dari salah satu influencer di media sosial. Sebelumnya, masyarakat tidak menghiraukan kandungan komposisi Pocari Sweat yang tertera pada kemasan. Terlebih lagi, Pocari Sweat menuliskan komposisi dalam bentuk 1 sajian saja, padahal dalam 1 botol Pocari Sweat terdiri dari 2 sajian. Apabila masyarakat tidak jeli dalam membaca tabel komposisi, mereka akan menganggap kandungan gula dalam 1 botol Pocari Sweat hanya 14 gram saja. Seharusnya, komposisi gula sebanyak 28 gram karena 1 sajian mengandung 14 gram gula, sementara 1 botol Pocari

Sweat terdiri dalam 2 sajian. Berikut ini beberapa tanggapan konsumen mengenai pocari sweat anantara lain:



Gambar 1.2 Review Konsumen Mengenai Pocari Sweat

Tentu saja hal tersebut berdampak terhadap kepercayaan masyarakat pada Pocari Sweat menurun. Mereka lebih memilih mengonsumsi air putih dibandingkan dengan minuman isotonik selepas melakukan olahraga. Hal tersebut ditunjukkan dengan menurunnya penjualan Pocari Sweat dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.

Tabel 1.1 Data Penjualan Berdasarkan Top Brand Index

No	Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
1	Pocari Sweat	68.30	66.20	65.10	63.40	62.20
2	Mizone	22.10	18.20	20.30	19.10	21.20
3	Hydro Coco	-	-	-	-	5.20
4	Gatorade	-	-	-	-	-

Sumber: Top Brand Award, 2024

Berdasarkan data di atas, meskipun masih menduduki posisi pertama dalam top brand index, grafik Pocari Sweat menurun dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Hal tersebut menunjukkan bahwa *market share* Pocari Sweat semakin menurun. Penurunan ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perubahan preferensi konsumen, meningkatnya kesadaran akan kesehatan, dan kemunculan produk kompetitor yang lebih inovatif dan menarik.

Padahal, Pocari Sweat gencar melakukan *event marketing* dengan tujuan untuk menarik konsumen. *Event marketing* adalah suatu bentuk promosi merek dengan cara memberikan bantuan keuangan atau yang bersifat mendukung dari sebuah organisasi, perorangan, atau kegiatan yang menghubungkan suatu merek dengan kegiatan olahraga, hiburan, budaya, sosial (*public activity*) yang menimbulkan ketertarikan yang tinggi, dengan memberikan timbal balik untuk mengiklankan perusahaan (Juncan, Ramanda et al, 2017) dalam (Nur'aeni & Saputri, 2021). Bentuk *event marketing* yang

dilakukan oleh Pocari Sweat adalah Pocari Sweat *Run*. Pocari Sweat *Run* merupakan acara olahraga yang diselenggarakan oleh Pocari Sweat dengan dukungan dari Kementerian Pariwisata dan Kreatif, Kementerian Pemuda dan Olahraga, dan Kementerian Kesehatan (PT Amerta Indah Otsuka, 2024).

Pocari Sweat menyesuaikan dan mendukung gaya hidup di kalangan masyarakat yang lebih sehat melalui Pocari Sweat *Run*. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, apa yang dipikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh kepedulian dengan hal itu dan juga apa yang dipikirkan tentang dirinya sendiri dan dunia luar (Fauzi & Asri, 2020). Meningkatnya tren gaya hidup sehat dikalangan masyarakat berdampak terhadap banyaknya masyarakat yang berpartisipasi mengikuti Pocari Sweat *Run*. Sehingga, Pocari Sweat dapat memanfaatkan tren tersebut untuk dikenal lebih luas lagi di kalangan masyarakat.

Meskipun demikian, penjualan Pocari Sweat tetap menurun dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Pocari Sweat berhasil memposisikan diri sebagai merek yang mendukung gaya hidup sehat, terdapat faktor lain yang mempengaruhi penjualan produk. Sehingga, perlu adanya analisis lebih lanjut terhadap gaya hidup konsumen, perubahan preferensi konsumen, serta isu terkait kandungan produk yang berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, yaitu kadar gula yang tinggi dalam Pocari Sweat memberikan pengaruh terhadap

kepercayaan masyarakat yang mulai menurun. Selain itu, perubahan gaya hidup sehat juga mendorong masyarakat untuk membatasi asupan gula harian dengan mengurangi konsumsi minuman dan makanan manis agar terhindar dari penyakit diabetes. Dari persalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT DI SURABAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah *brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Surabaya?
2. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian Pocari Sweat di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu:

1. Bagi Perusahaan

- Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi perusahaan untuk menyusun strategi pemasaran dan memahami perilaku konsumen terhadap produk Pocari Sweat.

2. Bagi Peneliti

- Memberikan pelajaran dan pengalaman dalam hal melakukan penelitian yang berkaitan dengan *brand trust* dan *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi tambahan bagi peneliti lain yang ingin meneliti tentang hal yang serupa yakni pengaruh *brand trust* dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian.