

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Orang tua akan mendambakan anak yang sehat dan tumbuh dengan normal. Anak akan tumbuh optimal dan sehat menjadi seseorang yang dewasa bila semua asupan gizinya terpenuhi. Sejak dalam kandungan hingga melahirkan sampai pada kategori balita, seorang anak mendapat perhatian khusus masalah zat gizi dalam makanannya. Kesehatan balita sangat dipengaruhi oleh gizi yang terserap dalam tubuh. Gizi bukan hanya akan mempengaruhi kesehatan tubuh, tetapi dapat juga mempengaruhi kecerdasan.

Data dari Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Balitbangkes) di Departemen Kesehatan menyatakan bahwa sebanyak 37 persen anak Indonesia usia 0-5 tahun mengalami tubuh pendek (*stunting*) akibat kekurangan gizi. Persentase terhadap anak yang mengalami *stunting* tersebut meningkat bila dibandingkan dengan pemantauan pada tahun 2006 yang mencapai angka 30 persen (Susanti, 2008). Di provinsi Lampung khususnya kota Metro sendiri sampai dengan tahun 2008 masih ditemukan masalah gizi buruk yang melanda balita. Data Dinas Kesehatan Lampung menyebutkan setidaknya sejak awal

januari 2009 di Lampung masih terdapat sekitar 60 balita yang menderita gizi buruk (Arrazi, 2009).

Berdasarkan data di atas, pemberian gizi yang cukup pada anak sangatlah penting dalam tumbuh dan berkembangnya anak. Peran kedua orang tua terutama ibu yang sangat menentukan dalam hal pemberian gizi. Oleh karena itu seorang ibu akan memberikan gizi terbaik bagi anak-anaknya. Salah satu asupan gizi yang diberikan oleh ibu kepada anaknya sejak mulai dari bayi adalah susu.

Susu merupakan bahan makanan yang bermutu tinggi, zat-zat yang terkandung didalamnya terdapat dalam perbandingan yang serasi dan sempurna sehingga susu mudah dicerna dan sangat baik bagi anak-anak yang sedang tumbuh. Menurut Saleh (2004), komponen-komponen penting dalam air susu adalah protein, lemak, vitamin, mineral, laktosa yang sangat dibutuhkan manusia. Menurut Khomsan (2006), di negara-negara Barat, kebiasaan minum susu telah mendarah daging sejak anak masih kecil hingga dewasa. Susu tidak hanya dapat dikonsumsi dalam bentuk cair, bahan pangan ini juga dapat diolah dan dikonsumsi dalam berbagai bentuk seperti yoghurt, yakult, keju, mentega dan berbagai bentuk olahan susu bubuk dan susu kental manis.

Salah satu produk olahan susu yang banyak dikonsumsi balita adalah susu formula. Susu formula merupakan hasil dari pengolahan dan pengawetan susu dengan tujuan menurunkan kadar air susu dari 87% ke 3% dengan cara pengeringan semprot (Widodo, 2003). Susu formula merupakan pengganti ASI yang diperuntukkan bagi bayi dan balita, oleh karena itu diusahakan komposisi

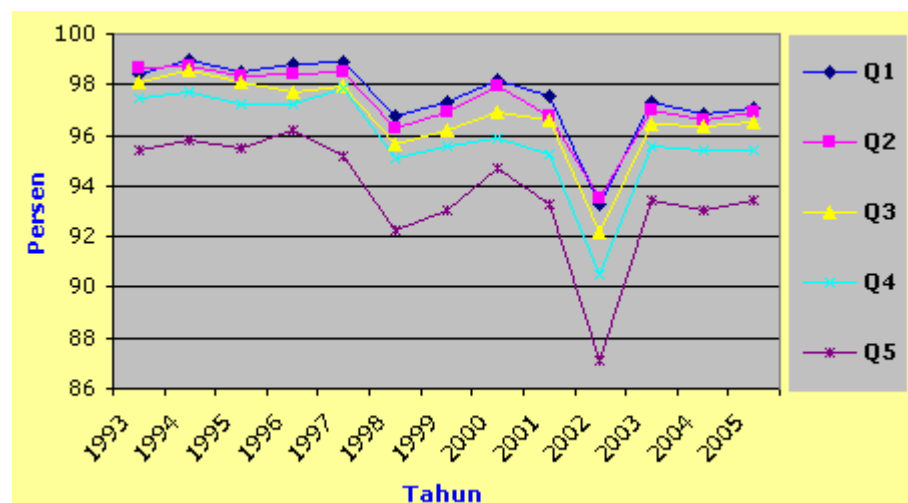
susu bubuk formula sedapat mungkin menyerupai ASI. Komponen yang terdapat di dalam susu bubuk formula seperti DHA, omega3, omega6, laktoferin, kolin, biotin, fos, dan lain-lain. Kolin misalnya, asupan kolin pada balita akan dapat membantu dalam perkembangan memori otak. Dengan lengkapnya kandungan gizi pada susu formula, maka banyak ibu-ibu memberikan produk susu formula untuk dikonsumsi oleh anak-anaknya sebagai pengganti ASI atau sebagai makanan tambahan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniar (2007) menjelaskan bahwa Semakin tinggi tingkat kesejahteraan ibu, maka akan semakin tinggi pula daya beli ibu terhadap susu formula pengganti ASI. Mengingat semakin banyak jumlah ibu yang bekerja di tingkat kesejahteraan yang lebih baik, maka akan semakin terbatas pula waktu untuk menyusui karena kesibukan kerja dan akhirnya ibu memilih cara menyusui yang dianggap lebih efisien, yakni dengan memberi susu formula. Hal inilah yang mengakibatkan tingginya permintaan ibu terhadap susu formula pengganti ASI.

Gambar 1. Persentase pemberian ASI penduduk usia 0-4 tahun

Berdasarkan Tingkat Kesejahteraan Ibu

(Q1 = Paling rendah, Q5 = Paling tinggi)



Sumber Data: Susenas 1993-2005

Berdasarkan data sensus Gambar 1. diatas dapat dilihat bahwa sejak tahun 1993 sampai tahun 2005 semakin tinggi tingkat kesejahteraan ibu maka semakin rendah pemberian ASI. Sehingga permintaan akan susu formula semakin meningkat sampai sekarang. Hal ini juga diketahui dari banyak munculnya merek dan kemasan susu formula untuk bayi dan balita di pasar. Menurut data FAO, masyarakat Indonesia mengkonsumsi susu rata-rata 9 liter/ tahun/ kapita, meskipun data ini masih tergolong rendah dari pada malaysia, dan vietnam yang mencapai 10 liter/tahun/kapita (Dirjen Agroindustri dan Kimia, 2009). Menurut penelitian Maesaroh Siti (2008), kebutuhan susu formula setiap keluarga di Jakarta sebanyak 4-6 kaleng per bulan bagi yang memilih kaleng atau sebanyak 1-3 kotak/kardus per bulan bagi yang kotak dengan harga susu formula yang paling sering dibeli berkisar Rp.40.000,- sampai dengan Rp.60.000,-.

Sejak melemahnya rupiah karena dampak krisis di AS pada tahun 2008, terjadi kenaikan harga susu formula sekitar 10% -20% hingga sekarang. Kenaikan harga ini disebabkan karena 70% bahan baku untuk produksi susu di Indonesia masih harus diimpor. Yang diimpor terutama bahan baku untuk susu atau makanan bayi dan balita (Dirjen Agroindustri dan Kimia, 2009).

Di provinsi Lampung kenaikan harga susu formula semakin dirasakan mulai mengancam gizi anak balita dari keluarga tidak mampu (BKKBN, 2009). Mahalnya harga susu juga banyak membuat orang tua untuk memberikan makanan pengganti yang harganya relatif murah untuk menunjang asupan gizi

balita. Barang substitusi atau barang pengganti merupakan barang yang dalam pemakaiannya dapat saling menggantikan. Pada umumnya barang substitusi lebih murah di bandingkan barang aslinya (Anonim, 2008). Mahalnya harga salah satu merek susu formula membuat tidak sedikit orang tua mengganti dengan susu formula merek lain yang harganya relatif murah. Dan biasanya orang tua akan memberikan makanan pelengkap dalam pemberian susu formula. Yang dimaksud dengan barang komplementer atau barang pelengkap yaitu barang yang penggunaannya dapat saling melengkapi. Barang komplementer baru mempunyai nilai guna atau nilai pakai apabila pemakaiannya digabungkan dengan barang lainnya. Untuk produk susu formula barang pelengkapya biasanya berupa madu dan multivitamin.

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini akan memfokuskan pada analisa pengaruh harga dan pendapatan terhadap permintaan susu Dancow balita di Kota Metro. Pemilihan susu Dancow balita sebagai objek penelitian karena susu Dancow balita salah satu produk susu formula yang mengalami penurunan permintaan meskipun susu formula Dancow balita bukan merupakan susu dengan harga paling tinggi di antara yang lain (Parentguide, 2009). Susu formula Dancow diproduksi oleh PT Nestle Indonesia yang selalu menjaga kualitas produk susunya dan kemampuannya memahami kebutuhan konsumen. Sehingga berdasarkan hasil riset MARS Indonesia di 7 kota (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, Denpasar) dan termuat dalam "*Indonesian Consumer Profile 2008*", susu Dancow menguasai 48,1% *market share* (Parentguide, 2009). Oleh karena itu peneliti lebih memfokuskan pada permintaan susu formula Dancow.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Metro Lampung. Jumlah penduduk Kota Metro sampai pada tahun 2008 adalah 136.506 jiwa dengan jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 33.297 KK, sehingga rata-rata jumlah keluarga sebanyak 4-5 jiwa tiap KK (BPS Metro, 2000).

Tabel 1. Jumlah Penduduk kota Metro berdasarkan Umur,
dan Jenis Kelamin tahun 2008

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk (Umur)						Jumlah penduduk
		< 1	1-4	5-14	15-44	45-64	≥ 65	
1.	Laki-Laki	5.066	5.040	13.242	34.358	8.573	2.416	68.695
2.	Perempuan	5.065	5.860	11.948	34.857	7.704	2.377	67.811
		10.121	10.900	25.190	69.215	16.277	4.803	136.506

Sumber: Data Kependudukan 2009, Kantor BPS Kota Metro

Berdasarkan Tabel 1. diatas diketahui bahwa penduduk kota Metro paling banyak antara umur 15-44 tahun. Dimana usia tersebut merupakan usia produktif sebanyak 69.215 jiwa atau sekitar 50,70% dan paling banyak didominasi oleh perempuan. Seseorang yang memasuki usia produktif pada umumnya masuk dalam kelompok telah bersiap bekerja atau bisa bekerja. Prosentase besarnya penduduk usia produktif sangat berkaitan erat dengan potensi tenaga kerja yang sama. Berarti penduduk kota Metro perempuan pada usia produktif lebih banyak

yang bekerja atau sudah siap bekerja. Sedangkan untuk usia balita ada di antara umur 1-4 tahun sebanyak 10.900 jiwa atau 7.98% dengan dominan perempuan. Dan usia diatas 45 tahun sebanyak 21.080 jiwa atau sekitar 15,44% yang didominasi laki-laki.

Tabel 2. Jumlah Penduduk kota Metro Usia 15th keatas
berdasarkan Tingkat Pekerjaan tahun 2008

NO	Jenis Pekerjaan	Jumlah Penduduk
1.	Pertanian, kehutanan, perburuan dan Perikanan	6.896
2.	Industri Pengolahan	5.258
3.	Perdagangan Besar, Eceran, Rumah Makan	16.237
4.	Jasa Kemasyarakatan	14.597
5.	Lainnya (Pertambangan dan penggalian, Listrik, Gas dan Air Bersih, Bangunan, angkutan, Pergudangan dan Komunikasi, Keuangan, Usaha Persewaan Bangunan, Tanah dan Jasa Perusahaan)	10.668
		53.656

Sumber: Data Statistik provinsi Lampung, 2009

Dari Tabel 2. diatas dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk Metro dengan usia 15 tahun ke atas memiliki pekerjaan sebagai pedagang baik di warung makan maupun pedagang eceran. Sedangkan jasa kemasyarakatan seperti pegawai negeri juga masih dijadikan mayoritas penduduk kota metro yaitu sekitar 14.597 jiwa. Lainnya masih pada jenis pekerjaan pertanian dan kuli bangunan. Untuk bidang kerja di industri paling sedikit melihat belum berkembangnya industri di kota Metro. Dengan latar belakang inilah peneliti ingin mengetahui apakah permintaan susu formula di kota Metro dipengaruhi oleh tingkat harga dan pendapatan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah harga susu Dancow balita berpengaruh terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro?
2. Apakah harga produk pengganti susu merek lain berpengaruh terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro?
3. Apakah harga produk komplemen (pelengkap) berpengaruh terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro?
4. Apakah pendapatan konsumen kota Metro berpengaruh terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui:

1. Pengaruh harga susu Dancow balita terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro
2. Pengaruh harga produk pengganti susu merek lain terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro
3. Pengaruh harga produk pelengkap terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro
4. Pengaruh pendapatan konsumen kota Metro terhadap permintaan susu Dancow balita.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan strategik kepada Industri pengolahan susu, pemerintah, selain itu juga dapat memberikan manfaat keilmuan kepada peneliti lain. Ada pun manfaat-manfaat tersebut adalah:

1. Manfaat bagi Industri Pengolahan Susu Dancow

Hasil penelitian ini diharapkan Industri Pengolahan susu Dancow dapat memproduksi susu dengan mempertimbangkan harga dan pendapatan konsumen tanpa mengurangi kandungan gizi produk. Hal ini selain tidak merugikan konsumen juga akan lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk susu sehingga akan dapat meningkatkan minat konsumen untuk mengonsumsi susu. Dengan demikian permintaan produk susu akan makin meningkat dan akhirnya juga akan menguntungkan bagi pihak industri susu.

2. Manfaat bagi pemerintah

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pemerintah dalam membuat kebijakan untuk pengembangan usaha peternakan sapi di Indonesia mengingat susu formula masih diolah dengan bahan baku impor dan harganya semakin melambung tinggi.

3. Manfaat bagi peneliti lain

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi pembaca pada umumnya dan sebagai informasi tambahan pada khususnya untuk melakukan penelitian selanjutnya. Disamping itu dapat juga menjadi pembanding terhadap penelitian lainnya yang mungkin menggunakan produk yang berbeda dan tempat penelitian yang berbeda juga.

1.5 Kerangka Pemikiran

Susu Formula merupakan alternatif nutrisi yang tepat untuk balita Anda karena mengandung komposisi prebiotik unik Frukto Oligo Sakarida (FOS) dan Galakto Oligo Sakarida (GOS) dengan rasio 1:9 yang dapat membantu mempertahankan fungsi saluran pencernaan (Dirjen Agroindustri dan Kimia, 2009). Oleh karena itu orang tua khususnya seorang ibu akan memberikan susu formula tersebut untuk menunjang pertumbuhan bayinya.

Untuk produk susu formula, balita yang berperan sebagai *user* atau pemakai yang akan mempengaruhi orang tuanya dalam pemilihan sebuah produk. Anak mempunyai pengaruh pada pembuatan keputusan keluarga terutama pada produk

yang digunakannya sendiri (Bakir *et al.*, 2006). Salah satu yang harus dipertimbangkan oleh orang tua dalam memilih merek susu bubuk balita adalah kecocokan balita terhadap merek susu yang dikonsumsi karena hal ini akan berdampak pada kesehatan balita. Balita yang tidak cocok dengan susu yang dikonsumsi akan mengalami diare sehingga sangat mungkin terjadi *brand switching* (perpindahan merek) jika balita tidak cocok dengan susu yang dikonsumsi. Jika balita telah merasa cocok dengan suatu merek susu tertentu, maka konsumen akan tetap konsisten (loyal) dalam menggunakan merek susu tersebut (Maesaroh, 2003).

Karena pentingnya susu formula untuk menunjang perkembangan dan pertumbuhan seorang anak, tidak heran banyak bermunculan susu formula di pasar. Dari yang harganya murah sampai dengan yang mahal. Menurut penelitian Maesaroh Siti (2008), kebutuhan susu formula setiap keluarga di Jakarta sebanyak 4-6 kaleng per bulan bagi yang memilih kaleng atau sebanyak 1-3 kotak/kardus per bulan bagi yang kotak dengan harga susu formula yang paling sering dibeli berkisar Rp.40.000,- sampai dengan Rp.60.000,-. Semakin banyak jumlah ibu yang bekerja di tingkat kesejahteraan yang lebih baik, maka akan semakin terbatas pula waktu untuk menyusui karena kesibukan kerja dan akhirnya ibu memilih cara menyusui yang dianggap lebih efisien, yakni dengan memberi susu formula. Hal inilah yang mengakibatkan tingginya permintaan ibu terhadap susu formula pengganti ASI (Yuniar, 2007). Berdasarkan hal tersebut permintaan akan susu formula untuk setiap keluarga sangatlah besar. Salah satu susu formula yang juga mengalami kenaikan harga adalah susu Dancow untuk balita yang di produksi oleh PT Nestle Indonesia.

Permintaan diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan. Permintaan suatu barang sangat dipengaruhi oleh pendapatan dan harga barang tersebut serta tingkat harga barang lain. Apabila harga barang naik sedang pendapatan tidak berubah maka permintaan barang tersebut akan turun. Sebaliknya, jika harga barang turun sedang pendapatan tidak berubah maka permintaan barang akan mengalami kenaikan atau bertambah (Sadono, 2003).

Permintaan akan suatu barang dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain:

1. Harga barang itu sendiri

Harga suatu komoditi dengan kuantitas yang diminta berhubungan secara negatif, dengan kata lain, semakin rendah harga suatu komoditi itu akan semakin besar kuantitas yang diminta, dan semakin tinggi harga, semakin rendah jumlah harga yang diminta.

2. Tingkat harga barang lain

- a. Barang pengganti (substitusi)

Apabila harga barang pengganti harganya bertambah murah maka barang yang digantikan permintaannya akan mengalami pengurangan (Sadono, 2003).

Harga barang pengganti mempengaruhi permintaan terhadap barang A karena adanya kesediaan konsumen untuk membeli barang B yang sifatnya menggantikan barang A. Sebagai contoh kenaikan harga sepeda motor merek Voltus akan mengakibatkan terjadinya kenaikan permintaan terhadap motor merek Flash karena harganya menjadi lebih murah. Hal ini menggambarkan kecenderungan konsumen untuk mengurangi konsumsi barang karena harganya relatif lebih mahal dan menggantinya dengan

konsumsi yang harga yang relatif lebih murah tetapi memberi manfaat yang sama.

b. Barang pelengkap (komplemen)

Apabila permintaan suatu barang meningkat maka permintaan terhadap barang pelengkap juga akan bertambah (Sadono, 2003).

Suatu barang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap kepada barang lain tersebut. Misalnya, gula adalah barang pelengkap pada kopi atau teh. Karena pada umumnya kopi dan teh yang kita minum harus dibubuhi gula.

Kenaikan atau penurunan permintaan barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya. Kalau permintaan terhadap kopi atau bertambah begitu juga sebaliknya

3. Pendapatan

Pendapatan seseorang merupakan faktor yang sangat penting didalam menentukan corak permintaan atas berbagai macam barang, berdasarkan pada sifat perubahan permintaan yang berlaku.

Penelitian Sanjoyo (2008), tentang hubungan permintaan soft drink dengan harga soft drink tersebut, harga barang lain dan pendapatan masyarakat dengan menggunakan dua metode pendekatan untuk analisis regresi yaitu metode OLS (Ordinary Least Square) dan RLS (Restricted least Square) menunjukkan bahwa dengan menggunakan RLS mempunyai kemampuan yang lebih baik dari OLS yang hanya mengandalkan informasi sample saja. Hasil penelitian tersebut

menunjukkan harga soft drink, harga barang lain, dan pendapatan mempunyai pengaruh terhadap permintaan soft drink.

Kerangka pemikiran atau paradigma yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan keterkaitan antara permintaan susu Dancow balita dengan tingkat harga barang itu sendiri, harga produk pengganti susu merek lain, harga produk pelengkap dan pendapatan konsumen. Pada penelitian ini akan digunakan metode RLS (Restricted least Square) dalam meramalkan fungsi permintaan susu Dancow balita.

$$Q_{dA} = f(P_A, P_B, P_C, I)$$

Dengan, Q_{dA} = Permintaan susu Dancow balita

P_A = Harga susu Dancow

P_B = Harga barang substitusi atau pengganti susu merek lain

P_C = Harga barang pelengkap atau komplemen

I = Pendapatan Konsumen

1.6 Hipotesis

Berdasarkan teori dan permasalahan yang ada, dapat dirumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

1. Harga susu Dancow balita berpengaruh negatif terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro

2. Harga produk pengganti susu merek lain berpengaruh positif terhadap permintaan susu Dancow di kota Metro
3. Harga produk komplemen (pelengkap) berpengaruh negatif terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro
4. Pendapatan konsumen kota Metro berpengaruh positif terhadap permintaan susu Dancow balita di kota Metro

1.7 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Cakupan penelitian ini dilakukan di kota Metro Lampung.
- 2) Obyek penelitian ini adalah orang tua yang mempunyai anak bayi atau balita dan pernah melakukan pembelian terhadap produk susu Dancow balita.