

KONSUMSI SUSU PADA ANAK SEKOLAH DASAR  
DI KOTA BANDAR LAMPUNG  
(Kasus Pada SD Kartika II-5 Bandar Lampung)

Skripsi

Oleh

Ari Budi Setiawan



FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2016

## **ABSTRACT**

***MILK CONSUMPTION OF THE PRIMARY SCHOOL CHILDREN  
IN BANDAR LAMPUNG CITY  
(STUDY AT KARTIKA II-5 PRIMARY SCHOOL OF BANDAR LAMPUNG)***

**By**

**Ari Budi Setiawan**

This study aims to know the stages of decision-making on the milk consumption, the pattern of milk consumption in children, and the factors that affecting fluid milk consumption decisions of school-age children in the city of Bandar Lampung. The research was conducted in Bandar Lampung Kartika II-5 primary school. The location of the research was chosen on purpose. This research employed 93 mothers of grade 1-5 elementary students. The method of analysis used to answer the first and second objective was descriptive analysis. The third research goals was analyzed by using spearman rank correlation model. The result showed that the most place purchase of milk was supermarket (73.8%). The most information resources was television (86.9%). The most influencers in milk consumption was from others, like teacher, friends, etc. (52.5%). The level of satisfaction or consumption of milk was satisfied (91.8%) and the response after consuming milk was mediocre (45.9%). Milk consumption patterns of primary school children were affected by the reason of children consume milk is because the child was accustomed to eat since childhood. The most frequency of consumption of milk in a day was 2 glasses a day and the reason the number of households who choose milk at the supermarket because of the habits. There was significant correlation between spending on milk, children's attitudes, and merk towards the frequency of milk consumption of school children in Bandar Lampung City.

Keywords: children of primary school, decision making, milk consumption

## **ABSTRAK**

### **KONSUMSI SUSU PADA ANAK SEKOLAH DASAR DI KOTA BANDAR LAMPUNG (KASUS DI SD KARTIKA II-5 BANDAR LAMPUNG)**

**Oleh**

**Ari Budi Setiawan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tahap-tahap pengambilan keputusan dalam konsumsi susu, pola konsumsi susu pada anak, dan faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi susu pada anak usia sekolah di Kota Bandar Lampung. Penelitian dilakukan di SD Kartika II-5 Bandar Lampung. Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja. Responden penelitian ini adalah 61 orang ibu dari anak kelas 1-5 sekolah dasar. Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama dan kedua adalah analisis deskriptif. Tujuan ke tiga dianalisis dengan menggunakan model korelasi spearman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tempat pembelian susu terbanyak adalah swalayan (73.8%). Sumber informasi terbanyak berasal dari televisi (86.9%). Pemberi pengaruh terbanyak dalam konsumsi susu adalah dari orang lain, seperti guru, teman, dan lain-lain (52.5%). Tingkat kepuasan dari konsumsi susu tersebut adalah puas (91.8%) dan tanggapan setelah mengkonsumsi susu adalah biasa saja (45.9%). Pola konsumsi susu pada anak sekolah dasar dipengaruhi oleh alasan karena anak-anak terbiasa mengkonsumsi susu sejak kecil. Frekuensi terbanyak dalam mengkonsumsi susu dalam sehari adalah 2 gelas per hari dan alasan kebanyakan rumah tangga yang memilih susu di supermarket adalah karena terbiasa. Ada hubungan yang signifikan antara pengeluaran untuk susu, sikap anak, dan merk terhadap frekuensi konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung.

Kata kunci: anak sekolah dasar, konsumsi susu, pengambilan keputusan

**KONSUMSI SUSU PADA ANAK SEKOLAH DASAR  
DI KOTA BANDAR LAMPUNG  
(KASUS PADA SD KARTIKA II-5 BANDAR LAMPUNG)**

**Oleh**

**ARI BUDI SETIAWAN**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PERTANIAN**

**Pada**

**Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2016**

**Judul Skripsi**

**: KONSUMSI SUSU PADA ANAK SEKOLAH  
DASAR DI KOTA BANDAR LAMPUNG  
(Kasus Pada SD Kartika II-5 Bandar  
Lampung)**

**Nama Mahasiswa**

**: Ari Budi Setiawan**

**Nomor Pokok Mahasiswa**

**: 0814023056**

**Jurusan**

**: Agribisnis**

**Fakultas**

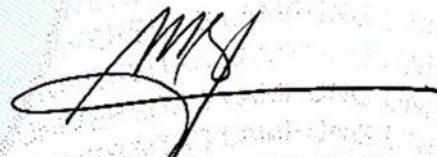
**: Pertanian**

**MENYETUJUI**

**1. Komisi Pembimbing**

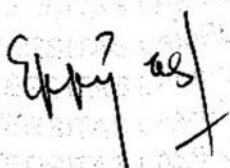


**Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc.**  
NIP 19610622 198503 2 004



**Ir. Begem Viantimala, M.Si.**  
NIP 19560907 198703 2 001

**2. Ketua Jurusan Agribisnis**



**Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.**  
NIP 19630203 198902 2 001

## MENGESAHKAN

### 1. Tim Penguji

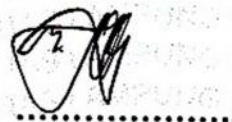
Ketua : **Dr. Ir. Yaktiwo Indriani, M.Sc.** .....



Sekretaris : **Ir. Begem Viantimala, M.Si.**



Penguji  
Bukan Pembimbing : **Ir. Rablatul Adawiyah, M.Si.** .....

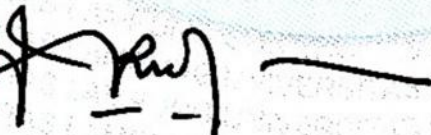


### 2. Dekan Fakultas Pertanian



**Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.**

NIP. 19611020 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Desember 2015

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Kotabumi pada tanggal 28 Juni 1990 dari pasangan R.M Arifin dan Titik Maryati. Penulis adalah anak pertama dari empat bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak di Taman Siswa Teluk Betung pada tahun 1996, dilanjutkan tingkat Sekolah Dasar di SD Negeri 4 Talang pada tahun 2002, tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Bandar Lampung pada tahun 2005, dan tingkat Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 10 Bandar Lampung pada tahun 2008.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung pada tahun 2008 melalui jalur SNMPTN (Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri).

Pada tahun 2011 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Kabupaten Tulang Bawang Barat Kecamatan Tulang Bawang Tengah Desa Pulung Kencana. Pada tahun 2012 penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) selama 30 hari di PTPN VII (Persero) Unit Usaha Rejosari Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan.

## SANWACANA

*Bismillahirrohmanirrohim*

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, puji dan syukur terucap hanya kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada manusia teladan sepanjang zaman Rasulullah Muhammad SAW.

Banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasehat, serta saran-saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini, yang berjudul

**“Konsumsi Susu Pada Anak Sekolah Dasar di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus di Sd II-5 Kartika Bandar Lampung)”**. Dalam kesempatan ini, dengan segala rasa hormat dan rendah hati penulis yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Ir. Yaktiworo Indriani, M.Sc., selaku dosen pembimbing pertama dan Ir. Begem Viantimala, M.Si., selaku dosen pembimbing ke dua dan pembimbing akademik yang telah sangat sabar memberikan bimbingan, motivasi, masukan, arahan, dan nasihat selama penulisan skripsi.
2. Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan motivasi, masukan, arahan, dan nasihat yang telah diberikan.
3. Keluarga yang paling penulis sayangi dan cintai, Ayahanda R.M Arifin, Ibunda Titik Maryati, ketiga saudara penulis ; Beni Kurniawan, Candra



Agustian, dan Dicky Yudha Akmal Saputra beserta seluruh keluarga besarku yang tak ternilai jasa, kerja keras, pengorbanan, do'a, kesabaran, nasihat yang sangat berharga sampai saat ini untuk terus berjuang, dan pengertian yang luar biasa besar kepada penulis.

4. Kepala Sekolah SD Kartika II-5 Bandar Lampung yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di sekolah SD Kartika II-5 Bandar Lampung
5. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu atas semua ilmu yang telah diberikan kepada Penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
6. Seluruh karyawan Jurusan Agribisnis; Mbak Iin, Mbak Aii, Mas Bo, Mas Kardi dan Mas Boim terimakasih atas dukungan, bantuan, dan peminjaman buku-buku yang sangat berguna bagi penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman Pencinta Ruang Baca angkatan 2008; Taufik Aji , Guntur Nugrahana, Arif R, Arif N, Vitho, Rian, Ando, Indah, Agnes, Umi, Anggen, Icha, Oni, Tika, Andan, terimakasih atas bantuan, keceriaan, perjuangan, dan kekompakannya.
8. Seseorang yang telah memberikan kasih sayang, semangat, motivasi dan perhatiannya, terimakasih atas waktunya.
9. Sahabat-sahabat; Berry, Cak Adi, Rizky, Jaka, Gilang, Toni, Imam, Icha, Afni, Dita, Anggen, Yuni, Widi, Ochi, Shandika, Septiyan, Angga, Alit, Yosep, Soraya, Ade, dan Rendi terima kasih atas canda tawa, dan bantuan yang telah kalian berikan.

10. Semua teman-teman Jurusan Agribisnis, angkatan 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, dan 12 serta rekan-rekan di FP terimakasih atas bantuan dan kebersamaannya.
11. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Penulis sekali lagi mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik lagi atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis meminta maaf atas ketidaksempurnaan dalam skripsi ini dan kepada Allah SWT penulis mohon ampun. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan. Amin.

**Bandar Lampung, Maret 2016.**

Penulis,

***Ari Budi Setiawan***

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| DAFTAR TABEL .....                                     | vii     |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | ix      |
| <br>   |         |
| I. PENDAHULUAN   |         |
| A. Latar Belakang dan Masalah .....                    | 1       |
| B. Tujuan Penelitian .....                             | 7       |
| C. Kegunaan Penelitian .....                           | 7       |
| <br>   |         |
| II. TINJAUAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN                |         |
| A. Tinjauan Pustaka .....                              | 8       |
| 1. Definisi dan Kandungan Gizi Susu .....              | 8       |
| 1.1 Susu.....  | 10      |
| 1.2 Kebutuhan Gizi Anak Usia Sekolah .....             | 10      |
| 1.3 Pentingnya Susu bagi Pertumbuhan Anak Usia Sekolah | 11      |
| 2. Teori Perilaku Konsumen .....                       | 12      |
| 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....        | 14      |
| 2.2 Faktor-faktor yang berhubungan dengan Konsumsi     |         |
| Susu Pada Anak Usia Sekolah .....                      | 16      |
| 2.2.1 Karakteristik Anak .....                         | 16      |
| 2.2.2 Karakteristik Orang Tua .....                    | 17      |

|   |    |
|---|----|
| 2.2.3 Harga .....   | 21 |
| 2.2.4 Lingkungan .....  | 22 |
| 3. Pola Konsumsi .....  | 24 |
| 4. Hasil Penelitian Terdahulu .....   | 25 |
| B. Kerangka Pemikiran .....   | 28 |
| C. Hipotesis .....  | 30 |
| <br>  |    |
| III. METODE PENELITIAN  |    |
| A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional .....  | 33 |
| B. Metode, Lokasi, Waktu Penelitian, dan Pengambilan Sampel   | 36 |
| C. Metode Analisis Data .....   | 40 |
| 1. Analisis Deskriptif .....  | 40 |
| 3. Metode Analisis Statistik .....  | 41 |
| <br>  |    |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN  |    |
| A. Keadaan Umum Lokasi Penelitian .....   | 42 |
| B. Karakteristik Responden .....  | 43 |
| 1. Jumlah Anggota Keluarga .....  | 45 |
| 2. Jumlah Pendapatan Orang Tua .....  | 46 |
| 3. Pengetahuan Gizi .....   | 47 |
| 4. Pengeluaran Untuk Konsumsi Susu .....  | 48 |
| 5. Sikap Ibu Terhadap Susu .....  | 49 |
| C. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan dalam Konsumsi Susu<br>pada Anak Sekolah Dasar di Kota Bandar Lampung..... | 49 |
| D. Pola Konsumsi Susu .....   | 52 |
| 1. Alasan Memilih Merk Susu yang Sering Dikonsumsi .....  | 53 |

|   |    |
|---|----|
| 2. Frekuensi Konsumsi Susu Dalam Sehari .....   | 53 |
| 3. Tempat Pembelian Susu .....  | 54 |
| E. Faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi susu pada<br>anak sekolah di Kota Bandar Lampung..... | 55 |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN   |    |
| A. Kesimpulan .....   | 57 |
| B. Saran.....   | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA.....   | 59 |
| LAMPIRAN.....   | 63 |

## DAFTAR TABEL

| Tabel   | Halaman |
|---|---------|
| 1. Produksi, dan konsumsi susu di Indonesia tahun 2001-2008 .....   | 2       |
| 2. Produksi dan konsumsi susu di Propinsi Lampung tahun 2003-2010   | 3       |
| 3. Angka kecukupan gizi rata-rata yang dianjurkan untuk anak usia sekolah .....   | 4       |
| 4. Kontribusi dua gelas susu terhadap energi dan protein .....  | 9       |
| 5. Komposisi zat gizi susu berbagai jenis mamalia.....  | 9       |
| 6. Sebaran responden berdasarkan karakteristik individu .....   | 44      |
| 7. Sebaran jumlah anggota keluarga .....  | 46      |
| 8. Sebaran jumlah pendapatan keluarga .....   | 46      |
| 9. Sebaran tingkat pengetahuan gizi responden .....   | 47      |
| 10. Sebaran pengeluaran konsumsi susu .....   | 48      |
| 11. Sikap responden orang tua terhadap susu .....   | 49      |
| 12. Tahap-tahap proses pengambilan keputusan dalam konsumsi susu anak sekolah dasar di SD Kartika II-5 Bandar Lampung ..... | 50      |
| 13. Sebaran jenis susu yang dikonsumsi anak SD .....  | 52      |
| 14. Sebaran responden berdasarkan alasan mengkonsumsi susu .....  | 53      |
| 15. Sebaran frekuensi konsumsi susu dalam satu hari .....   | 54      |

|  |    |
|--|----|
| 16. Sebaran responden berdasarkan pemilihan tempat pembelian<br>Susu yang dikonsumsi ..... | 55 |
| 17. Hasil analisis korelasi spearman .....   | 55 |
| 18. Identitas responden .....  | 63 |
| 19. Identitas anak .....   | 65 |
| 20. Penilaian sikap ibu .....  | 67 |
| 21. Penilaian sikap anak .....   | 70 |
| 22. Penilaian pengetahuan gizi ibu .....   | 72 |
| 23. Pengaruh orang lain .....  | 75 |
| 24. Pengaruh iklan .....   | 77 |
| 25. Pengaruh harga, merk, dan frekuensi .....  | 79 |
| 26. Hasil SPSS korelasi spearman .....   | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

| Gambar   | Halaman |
|--|---------|
| 1. Tahap-tahap proses keputusan pembelian .....  | 15      |
| 2. Kerangka pemikiran konsumsi susu pada anak sekolah dasar<br>di Kota Bandar Lampung..... | 32      |



## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang dan Masalah

Susu merupakan salah satu bahan makanan asal hewan yang sangat penting bagi manusia karena kandungan gizinya yang tinggi. Susu disebut juga sebagai makanan yang hampir sempurna karena kandungan zat gizinya yang lengkap. Kandungan dalam susu segar yang dihasilkan dari sapi perah selain air yaitu protein, karbohidrat, lemak, mineral, enzim-enzim, gas, serta vitamin A, C, dan D dalam jumlah memadai sehingga sangat baik bagi tubuh (Astawan, 2005).

Sifat susu yang mudah rusak oleh mikroorganisme atau senyawa pembusukan lain, menyebabkan perlunya pengolahan pada susu supaya lebih tahan lama serta aman dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang. Seiring dengan perkembangan teknologi di bidang pengolahan hasil ternak, maka susu dapat diolah sedemikian rupa sehingga lebih tahan lama tanpa mengurangi nilai gizi yang terkandung di dalamnya. Produk susu olahan yang telah mengalami perkembangan teknologi antara lain: susu pasteurisasi, susu ultra high temperature (UHT), susu skim, susu bubuk, susu kental, yoghurt, mentega dan es krim. Diantara sekian banyak produk susu olahan, yang telah banyak beredar di pasaran baik di toko besar maupun toko kecil adalah susu bubuk, susu kental, dan susu cair yang memiliki variasi dalam rasa dan pengemasan.

Produksi susu di Indonesia menempati peringkat ke tiga terbesar dalam produksi nasional pada subsektor peternakan, yaitu sebesar 13,58 persen (Dinas peternakan Lampung, 2009). Pada Tabel 1, konsumsi susu masyarakat Indonesia terus meningkat dari tahun 2001 sampai tahun 2007. Akan tetapi, kecepatan peningkatan konsumsi susu nasional tersebut tidak selaras dengan peningkatan produksi susu nasional. Hal itu disebabkan oleh jumlah populasi sapi perah yang tidak berkembang baik atau relatif tetap bahkan produksi dan produktivitas susu menunjukkan tren yang menurun dari tahun ke tahun. Hal tersebut menyebabkan kurangnya penawaran susu domestik untuk memenuhi permintaan masyarakat. Pada Tabel 1 dapat dilihat produksi susu, konsumsi susu, dan populasi sapi perah di Indonesia Tahun 2001-2008.

Tabel 1. Produksi dan konsumsi susu di Indonesia tahun 2001-2008

| Tahun | Produksi Susu (Ton) | Konsumsi Susu (Ton) | Populasi sapi perah (ekor)\ |
|-------|---------------------|---------------------|-----------------------------|
| 2001  | 493.375             | 883.758             | 347.000                     |
| 2002  | 549.945             | 889.934             | 358.000                     |
| 2003  | 616.549             | 1.021.802           | 374.000                     |
| 2004  | 574.406             | 1.237.986           | 364.000                     |
| 2005  | 493.375             | 1.291.294           | 361.000                     |
| 2006  | 549.945             | 1.354.235           | 369.000                     |
| 2007  | 616.549             | 1.758.243           | 374.000                     |
| 2008  | 574.406*            | Ts                  | 458.000                     |

Keterangan :

\* : Angka Sementara

Ts : Data tidak tersedia

Sumber : Direktorat Jendral Peternakan (2008)

Meskipun konsumsi susu penduduk Indonesia terus meningkat, namun hanya sekitar 11 liter per kapita per tahun, atau jauh lebih rendah dibandingkan dengan konsumsi susu penduduk Malaysia dan Thailand yang sudah mencapai 25 liter per kapita per tahun tahun (<http://detik.com/health/konsumsi-susu-kawasan-asia->

tenggara/2012/). Faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya tingkat konsumsi susu di Indonesia diantaranya adalah masih rendahnya produk susu nasional, rendahnya daya beli dan budaya yang tidak terbiasa minum susu di masyarakat. Selain itu, kesadaran mengkonsumsi susu masyarakat Indonesia masih rendah. Hal ini mengakibatkan rumah tangga tidak mengalokasikan pengeluaran untuk konsumsi susu (Wirakartakusumah, 2011)

Masalah rendahnya konsumsi susu merupakan gambaran buruknya kebutuhan pokok masyarakat. Seperti halnya daerah-daerah lainnya di Indonesia, Lampung tidak terlepas dari masalah tersebut. Tingkat konsumsi susu di Propinsi Lampung masih sangat rendah. Hal ini juga dikarenakan kurangnya kesadaran minum susu dan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi hal tersebut. Adapun jumlah produksi dan konsumsi susu di Propinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Produksi dan konsumsi susu di Propinsi Lampung tahun 2003-2010

| Tahun | Produksi (ton) | Konsumsi (ton) |
|-------|----------------|----------------|
| 2003  | 184,800        | 36,588         |
| 2004  | 189,397        | 29,949         |
| 2005  | 103,935        | 27,070         |
| 2006  | 159,530        | 37,776         |
| 2007  | 185,310        | 40,243         |
| 2008  | 211,898        | -              |
| 2009  | 178,070        | -              |
| 2010  | 109,574        | -              |

Sumber: Dinas Peternakan Dan Kesehatan Hewan Propinsi Lampung (2010).

Berdasarkan data pada Tabel 2, produksi susu di Propinsi Lampung tiap tahun berfluktuatif (mulai dari Tahun 2003-2010), namun tingkat konsumsi selalu meningkat tiap tahun walaupun sempat mengalami penurunan akibat jumlah produksi yang menurun, ini berarti permintaan akan susu terus meningkat yang

berarti kesadaran untuk mengkonsumsi susu sendiri juga terus meningkat. Bandar Lampung merupakan daerah dengan jumlah penduduk terbanyak di Propinsi Lampung. Hal ini berarti diduga bahwa tingkat konsumsi masyarakat juga cukup tinggi walaupun jumlah produksi susu di Kota Bandar Lampung pada Tahun 2010 hanya sebesar 1.611 liter, lebih rendah dibandingkan dengan Kota Metro, Tanggamus, dan Lampung Barat masing-masing sebesar 58.010, 33.839, dan 16.144 liter (Direktorat Jenderal Peternakan Propinsi Lampung. 2010) .

Jika diperhatikan, banyak produk susu yang beredar di pasaran. Ditinjau dari sisi konsumen, yang mengkonsumsi susu ada 2 yaitu anak –anak dan orang dewasa. Menurut Sediaoetama (1991), kelompok usia sekolah memerlukan zat gizi yang relatif besar jumlahnya. Untuk itu diperlukan konsumsi makanan yang mengandung zat gizi yang cukup untuk memenuhi kebutuhan zat gizi mereka. Salah satu makanan yang dapat memenuhi kebutuhan zat gizi tersebut adalah susu. Tabel 3 adalah angka kecukupan gizi rata-rata yang dianjurkan untuk anak usia sekolah berdasarkan Menteri Kesehatan RI (2005).

Tabel 3. Angka kecukupan gizi rata-rata yang dianjurkan untuk anak usia sekolah

| Zat Gizi (satuan) | Usia 6-9 Tahun |           | Usia 10-12 Tahun |           |
|-------------------|----------------|-----------|------------------|-----------|
|                   | Laki-laki      | Perempuan | Laki-laki        | Perempuan |
| Energi (Kkal)     | 1800           | 1800      | 2050             | 2050      |
| Protein (gr)      | 45             | 45        | 50               | 50        |
| Kalsium (mg)      | 600            | 600       | 1000             | 1000      |
| Besi/Fe (mg)      | 10             | 10        | 13               | 20        |
| Vitamin A (RE)    | 500            | 500       | 600              | 600       |
| Vitamin B (mg)    | 45             | 45        | 50               | 50        |

Sumber : Keputusan Menteri Kesehatan RI Tahun 2005.

Anak yang tergolong dalam usia sekolah memerlukan makanan yang hampir sama dengan yang dianjurkan untuk anak prasekolah. Namun karena

pertambahan berat badan dan banyaknya aktivitas yang mereka lakukan maka dibutuhkan porsi yang lebih besar (Pudjiaji, 1997). Berdasarkan pada Tabel 3 dapat dilihat kebutuhan gizi anak pada usia 10-12 tahun berbeda antara laki-laki dan perempuan terutama kebutuhan akan zat besi. Anak perempuan membutuhkan zat besi lebih banyak daripada anak laki-laki. Hal tersebut disebabkan pada usia tersebut anak perempuan biasanya sudah mulai haid sehingga memerlukan zat besi yang lebih banyak.

Di dalam teknologi pangan, telah diketahui bahwa pengolahan dengan suhu pemanasan yang tinggi tetapi dengan waktu yang sangat singkat, lebih dapat menyelamatkan nilai gizi daripada suatu pengolahan yang lebih rendah suhunya tetapi dengan waktu yang lebih lama. *Ultra High Temperature* (UHT) adalah metode pengawetan minuman, kebanyakan digunakan pada susu. Susu cair merupakan susu yang diolah dengan metode UHT yaitu dengan suhu pemanasan sangat tinggi (135-140°C) dalam waktu yang sangat singkat (2-5 detik).

Pengolahan susu segar menjadi susu cair relatif lebih sedikit pengaruhnya terhadap kerusakan zat-zat gizi dibandingkan dengan pengolahan susu lainnya (susu bubuk dan susu kental manis). Kelebihan susu cair adalah sebagai berikut.

- (1) Aman untuk dikonsumsi karena telah bebas dari mikroba pembusuk dan mikroba penyebab penyakit.
- (2) Memiliki warna, rasa, dan penampilan yang mirip susu segar.
- (3) Susu bersifat awet dan tanpa bahan pengawet.
- (4) Sangat praktis untuk dikonsumsi terutama untuk anak-anak dan tidak membutuhkan lemari pendingin.

- (5) Mengandung zat gizi yang sangat bermanfaat bagi pemeliharaan kesehatan tubuh yang optimal.

Konsumsi dan pembelian makanan termasuk susu dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Keadaan sosial ekonomi, demografi, karakteristik individu, dan informasi akan mempengaruhi seseorang termasuk anak usia sekolah dalam membeli dan mengonsumsi susu. Pertimbangan kuantitas dan kualitas dari susu yang ditawarkan di pasaran berhubungan dengan preferensi anak usia sekolah dalam mengonsumsi susu tersebut sehingga dalam menentukan jenis, merek, harga, dan rasa ataupun hal lainnya yang berkaitan dengan konsumsi susu perlu penilaian dan ketelitian agar kepuasan dan kegunaan yang diinginkan tercapai.

Untuk mengetahui konsumsi susu terutama pada anak usia sekolah, maka perlu diketahui pola konsumsi susu dan faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi susu pada anak sekolah dasar.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan berikut.

- (1) Bagaimana tahap-tahap pengambilan keputusan ibu rumah tangga dalam konsumsi susu pada anak usia sekolah di Kota Bandar Lampung?
- (2) Bagaimana pola konsumsi susu pada anak usia sekolah di Kota Bandar Lampung?
- (3) Faktor-faktor apa yang berhubungan dengan konsumsi susu pada anak usia sekolah di Kota Bandar Lampung?

## **B. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Mengetahui tahap-tahap pengambilan keputusan ibu rumah tangga dalam konsumsi susu pada anak usia sekolah di Kota Bandar Lampung?
- (2) Mengetahui pola konsumsi susu pada anak usia sekolah di Kota Bandar Lampung?
- (3) Menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi susu pada anak usia sekolah di Kota Bandar Lampung?

## **C. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

- (1) dinas atau instansi terkait (Dinas Kesehatan, Dinas Pemberdayaan Perempuan, Badan Ketahanan Pangan, Dinas Peternakan, BPS, Dinas Pendidikan, dll.) sebagai sumber informasi dalam pengambilan keputusan untuk perencanaan, pengelolaan, peningkatan, dan pengembangan susu di Propinsi Lampung.
- (2) perusahaan susu untuk dapat menentukan target produksi, kualitas, kuantitas yang dapat memenuhi permintaan pasar serta dapat merencanakan strategi pemasaran susu, serta
- (3) peneliti-peneliti lain yang melakukan penelitian tentang perilaku konsumsi susu sebagai bahan referensi.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Definisi dan Kandungan Gizi Susu**

Susu merupakan makanan yang memiliki kandungan gizi yang tinggi dan lengkap. Secara umum susu adalah hasil sekresi dari kelenjar susu (mamae) ternak mamalia betina yang sedang menyusui anaknya, namun dalam prakteknya susu merupakan hasil sekresi atau laktasi bebas kolostrum yang berasal dari ternak yang sehat (Edelstein, 1988). Susu yang biasa dikonsumsi adalah air susu yang dihasilkan dari induk hewan tanpa penambahan apapun. Induk hewan penghasil susu biasanya hewan mamalia, terutama sapi. Selain itu susu juga bisa diperoleh dari induk hewan lainnya seperti kambing, kerbau, unta, kuda, domba dan lain-lain (Sudono, 1999).

Menurut Khomsan (2002), susu dikenal sebagai minuman sumber kalsium. Oleh karena itu membiasakan diri minum susu akan memberikan dampak positif bagi kesehatan terutama untuk mencegah osteoporosis (kerapuhan tulang). Penelitian menunjukkan bahwa apabila seseorang minum 2 gelas susu sehari di mana satu gelas setara dengan 200 cc, maka susu tersebut menyumbangkan energi 10-16% dan menyumbang protein 25-44%. Kontribusi susu terhadap energi dan protein dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini.



Tabel 4. Kontribusi dua gelas susu terhadap energi dan protein

| Umur (th)      | Energi (%) | Protein (%) |
|----------------|------------|-------------|
| 4-9            | 16         | 44          |
| 10-19 (pria)   | 12         | 25          |
| 10-19 (wanita) | 15         | 32          |
| 20-59 (pria)   | 10         | 30          |
| 20-59 (wanita) | 13         | 34          |

Sumber : Khomsan (1993)

Komposisi susu dapat sangat beragam tergantung beberapa faktor, Produk – produk susu terdiri dari susu homogeny, susu skim dan krim, susu kental manis, susu kental tidak manis atau susu diuapkan, susu kering, yoghurt, keju, es krim, dan mentega (Buckle *et al.*, 1987). Kandungan komposisi nutrisi susu sapi jika dibanding dengan jenis susu mamalia lainnya seperti manusia, kambing, domba, kerbau, rusa, unta dan kuda dapat dilihat dalam Tabel 5.

Tabel 5. Komposisi zat gizi susu berbagai jenis mamalia

| Spesies | Komposisi zat gizi (%) |       |         |         |      |
|---------|------------------------|-------|---------|---------|------|
|         | Air                    | Lemak | Protein | Laktosa | Abu  |
| Manusia | 88,30                  | 3,11  | 1,19    | 7,18    | 0,21 |
| Sapi    | 87,25                  | 3,80  | 3,50    | 4,80    | 0,65 |
| Kerbau  | 76,89                  | 12,46 | 6,03    | 3,74    | 0,89 |
| Kambing | 87,88                  | 3,82  | 3,21    | 4,54    | 0,55 |
| Domba   | 80,82                  | 6,86  | 6,52    | 4,91    | 1,89 |
| Rusa    | 67,20                  | 17,09 | 9,89    | 2,82    | 1,49 |
| Unta    | 87,61                  | 5,38  | 2,98    | 3,26    | 0,70 |
| Kuda    | 90,7                   | 1,20  | 2,00    | 5,70    | 0,40 |

Sumber : Edelstein (1988)

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa air susu ibu mempunyai laktosa tertinggi yang kemudian diikuti kuda, domba dan sapi. Susu sapi yang umumnya dibuat menjadi susu olahan (susu cair, bubuk, kental manis dan sebagainya) yang memiliki kandungan nutrisi yang cukup baik (Edelstein, 1988).

## 1.1 Susu

Susu pasteurisasi adalah susu segar, susu rekonstitusi atau rekombinasi yang telah mengalami proses pemanasan pada suhu 63-66° C (*Low Temperature Long Time*) selama 30 detik, atau pada pemanasan 72° C (*High Temperature Short Time*) selama 15 detik, kemudian segera didinginkan sampai suhu 10° C, selanjutnya diperlakukan secara aseptis dan disimpan pada suhu maksimum 4,4° C. Suatu proses pasteurisasi baru yang disebut Ultra High Temperature (UHT) yaitu susu dipanaskan sampai 125° C selama 15 detik atau 131° C selama lima detik. Susu yang dihasilkan boleh dikatakan steril dan bila dikemas secara aseptis dapat disimpan pada suhu kamar biasa selama beberapa bulan (Buckle *et al.*, 1987).

Blakely dan Bade (1991), menyatakan bahwa susu skim adalah susu segar yang dikurangi kadar lemaknya menjadi 8-9,25%. Pada susu skim juga dilakukan pasteurisasi. Susu skim mengandung air 90,5%, lemak 0,1%, protein 3,6%, karbohidrat 5,1% dan mineral 0,7%. Kandungan mineral dalam susu cair adalah potassium 0,140%, kalsium 0,125%, chlorine 0,103%, fosforus 0,096%, sodium 0,056%, magnesium 0,012%, dan sulfur 0,025%.

## 1.2 Kebutuhan Gizi Anak Usia Sekolah

Menurut Wong (2009), usia sekolah adalah anak pada usia 6-12 tahun, yang artinya sekolah menjadi pengalaman inti anak. Periode ketika anak-anak dianggap mulai bertanggung jawab atas perilakunya sendiri dalam hubungan dengan orang tua mereka, teman sebaya, dan orang lainnya. Usia sekolah merupakan masa anak memperoleh dasar pengetahuan untuk keberhasilan penyesuaian diri pada kehidupan dewasa dan memperoleh keterampilan tertentu.

Mc William (1993) menyatakan bahwa anak usia 6-12 tahun masuk dalam kategori praremaja. Pada periode ini pertumbuhan berjalan terus walaupun tidak secepat seperti waktu bayi. Pada umumnya kelompok usia ini mempunyai kesehatan yang lebih baik dibandingkan dengan kesehatan anak balita, namun nafsu makan mereka cenderung menurun, sehingga konsumsi makanan tidak seimbang dengan kalori yang dibutuhkan (Notoatmodjo, 1997). Menurut Berg (1986), anak usia 6-12 tahun biasanya banyak melakukan aktivitas di luar rumah, sehingga sering melewatkan waktu makan.

Anak yang tergolong dalam usia sekolah memerlukan makanan yang hampir sama dengan yang dianjurkan untuk anak prasekolah. Namun karena penambahan berat badan dan banyaknya aktivitas yang mereka lakukan maka dibutuhkan porsi yang lebih besar (Pudjiaji, 1997). Menurut Apriadi (1986), golongan usia 10-12 tahun kebutuhan energinya relatif lebih besar dibandingkan dengan golongan usia 6-9 tahun. Hal ini dikarenakan mereka mengalami pertumbuhan terutama penambahan tinggi badan yang lebih cepat.

### **1.3 Pentingnya Susu bagi Pertumbuhan Anak Usia Sekolah**

Keadaan dan status gizi merupakan bagian dari pertumbuhan anak. Gizi yang cukup memiliki peranan penting selama usia sekolah untuk menjamin bahwa anak-anak mendapatkan pertumbuhan, perkembangan, dan kesehatan yang maksimal. Anak-anak pada usia sekolah secara bertahap memiliki dorongan untuk tumbuh bertepatan dengan waktu peningkatan nafsu makan dan asupan makanan. Pada saat usia sekolah kebutuhan gizi meningkat karena terjadinya proses pertumbuhan yang cepat dan aktivitas fisik yang tinggi (Almatsier, 2003).

Hal tersebut dapat dipenuhi dengan mengonsumsi makanan empat sehat lima sempurna yang di dalamnya terdapat susu. Susu merupakan salah satu jenis minuman sehat yang dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan anak karena kandungan gizinya yang lengkap dan mengandung semua asam amino esensial dalam jumlah yang cukup (Winarno, 1993).

Selain untuk pertumbuhan dan perkembangan, pada usia ini anak juga memiliki kemampuan yang baik menyerap kalsium untuk kesehatan tulang. Agar tulang menjadi kuat, diperlukan asupan zat gizi yang cukup terutama kalsium. Sumber kalsium yang utama adalah berasal dari susu dan produk olahannya seperti keju, mentega, yogurt, eskrim, dan lain sebagainya (Almatsier, 2003). Menurut Kalkwarf *et al.* (2003), seseorang yang mengonsumsi susu dalam jumlah rendah pada saat anak-anak, akan menghalangi mereka dalam mencapai kepadatan tulang maksimal (*peak bone mass*) saat dewasa sehingga akan terjadi penurunan massa tulang dan dapat mengakibatkan *osteoporosis*.

## **2. Teori Perilaku Konsumen**

Menurut Sumarwan (2003), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, dan menghabiskan produk atau jasa serta kegiatan mengevaluasi setelah melakukan hal-hal tersebut. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1994), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Menurut Setiadi (2003) perilaku konsumen adalah tindakan langsung yang terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar kita di mana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Dalam definisi tersebut mengandung tiga arti sebagai berikut:

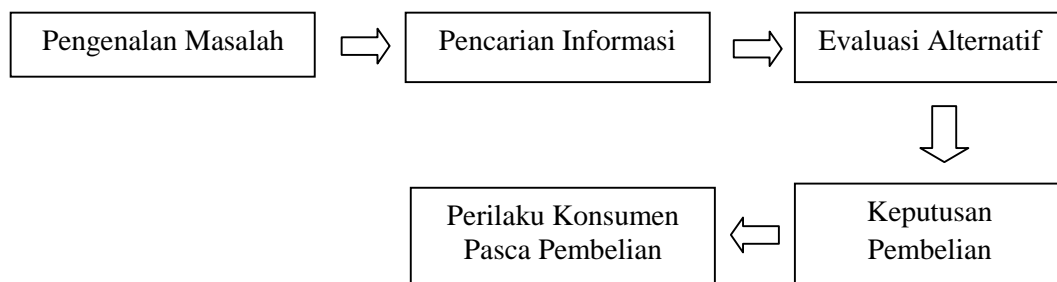
- a) Perilaku konsumen adalah dinamis, yang berarti bahwa seorang konsumen, grup konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Salah satu implikasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk satu jangka waktu tertentu, produk, dan individu atau grup tertentu.
- b) Perilaku konsumen melibatkan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar. Ini berarti bahwa untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat bagi kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta di mana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa dan dilakukan oleh konsumen.
- c) Perilaku konsumen melibatkan pertukaran, maksudnya perilaku konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga menekankan pertukaran, kenyataannya, peran pemasaran adalah untuk menciptakan pertukaran dengan konsumen melalui informasi dan penerapan strategi pemasaran.

Perilaku Konsumen tidak berdiri sendiri melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu faktor intern dan faktor ekstern. Kedua macam faktor ini dapat membentuk lingkungan yang beraneka ragam sifatnya sebagai anggota masyarakat diantara kelompok masyarakat lain. Apapun ragamnya barang yang dikonsumsi, pada hakikatnya sangat bergantung dari individu konsumen itu sendiri. Tentu saja pengaruh lain seperti kepribadian, persepsi, motivasi, kepercayaan, dan dorongan dari konsumen akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk menentukan pilihan barang yang akan dikonsumsi. Karena konsumen ini hidup dan tinggal di lingkungan yang berbeda, maka pengaruh lingkungan ini juga kadang-kadang sangat dominan ( Soekartiwi, 1993).

## **2.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**

Menurut Schiffman dan Kanuk (1994), suatu keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Suatu keputusan tanpa pilihan disebut sebagai sebuah "*Hobson's choice*". Empat perspektif dari model manusia yang dimaksud disini adalah suatu model tingkah laku keputusan dari seorang individu berdasarkan empat perspektif, yaitu (1) manusia ekonomi (*economic man*), (2) manusia pasif (*passive man*), (3) manusia kognitif (*cognitive man*), dan (4) manusia emosional (*emotional man*).

Menurut Kotler (1997) dalam tingkah laku membeli yang kompleks, konsumen harus melalui lima tahap proses keputusan pembelian. Adapun tahap-tahap proses keputusan pembelian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap-tahap proses keputusan pembelian (Kotler, 1997)

Menurut Kotler (1997), Pengenalan kebutuhan proses membeli diawali dengan pengenalan kebutuhan dimana pembeli mengenali adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan yang dapat dipicu oleh rangsangan internal dan rancangan eksternal. Kemudian konsumen yang telah mengenali kebutuhan yang harus dipenuhi akan melakukan pencarian informasi yang lebih banyak yang berhubungan dengan kebutuhan tersebut. Konsumen menerima sebagian besar informasi mengenai sebuah produk dari sumber komersial yang dikendalikan oleh pemasar. Tahap dari proses keputusan pembeli adalah ketika konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merk alternatif dalam perangkat pilihan. Keputusan membeli adalah membeli merek yang paling disukai, di sini dua faktor yang muncul antara niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diharapkan. Setelah melakukan pembelian konsumen akan mengalami kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk yang dibeli yang selanjutnya akan mempengaruhi perilaku konsumen yang berikutnya.

Salah satu konsumen yang berpotensi adalah anak usia sekolah. Banyak makanan dan minuman yang dikembangkan khusus untuk anak-anak terutama anak usia

sekolah (Guinard, 2001). Target anak sebagai konsumen memang sangat strategis untuk mendongkrak penjualan terlebih lagi produk yang dijual sangat disukai anak-anak. Selain itu anak-anak dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor dalam dirinya dan faktor lingkungan di luarnya.

## **2.2 Faktor-faktor yang berhubungan dengan Konsumsi Susu Pada Anak Usia Sekolah**

### **2.2.1 Karakteristik Anak**

Karakteristik anak yang berhubungan dengan konsumsi susu adalah jenis kelamin. Jenis kelamin menentukan besar kecilnya kecukupan gizi bagi seseorang. Pria lebih banyak membutuhkan zat tenaga dan protein daripada wanita. Karena pria memang diciptakan untuk tampil lebih aktif dan lebih kuat daripada wanita. Pria lebih sanggup menyelesaikan pekerjaan berat yang biasanya tidak bisa dilakukan wanita. Kegiatan wanita pada umumnya membutuhkan keterampilan tangan dan kurang memerlukan tenaga (Apriadji, 1986).

Menurut Gibney *et al.* (2005), wanita memiliki kebutuhan energi yang lebih rendah dibandingkan pria karena massa tubuh wanita yang lebih rendah. Secara sosial di dalam suatu budaya yang memperlakukan berat badan berlebih juga memandang kurang layak jika wanita mengkonsumsi makanan dalam jumlah besar. Wanita tampak lebih banyak mempunyai pengetahuan tentang makanan dan gizi serta menunjukkan perhatian yang lebih besar terhadap keamanan makanan, kesehatan, dan penurunan berat badan.

Selain jenis kelamin, peranan umur mempunyai pengaruh penting terhadap pembentukan perilaku konsumen. Kotler (1997) menyebutkan bahwa umur akan mempengaruhi selera seseorang terhadap barang dan jasa. Seseorang membeli



barang dan jasa yang berbeda selama hidupnya. Kebutuhan dan selera seseorang akan makanan, pakaian, perabot dan rekreasi juga berhubungan dengan usia. Pembelian dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

Faktor lain yang mempengaruhi pemilihan anak dalam mengkonsumsi susu cair adalah sikap seseorang terhadap makanan (Gibney *et al.*, 2005). Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau objek.

Manifestasi sikap tidak dapat langsung dilihat, tetapi hanya dapat ditafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang tertutup (Notoatmodjo, 1997).

Menurut Muhadjir (1992), sikap itu tidak netral, tetapi mempunyai kecenderungan ke arah lebih positif atau negatif. Kecenderungan tersebut bukanlah kecenderungan yang faktual, tetapi lebih bersifat afektif berupa suka-tidak suka, setuju-tidak setuju, dan sebagainya. Sikap merupakan perpaduan antara insting dan kebiasaan. Sikap sering diperoleh dari pengalaman diri sendiri atau orang lain yang paling dekat. Menurut Suhardjo (1989), sikap seseorang terhadap makanan, suka atau tidak suka, akan berpengaruh terhadap konsumsi pangan.

### **2.2.2 Karakteristik Orang Tua**

Karakteristik orang tua juga mempengaruhi anak dalam mengkonsumsi susu. Salah satunya adalah tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi seseorang dalam menyerap memahami sesuatu (Apriadi, 1986). Orang yang tergolong dalam kelas sosial lebih tinggi dan dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pola makan yang lebih sehat (Gibney *et al.*, 2005). Namun menurut Apriadi (1986), seseorang yang berpendidikan rendah

belum tentu kurang mampu menyusun makanan yang mampu memenuhi persyaratan gizi dibandingkan orang lain yang pendidikannya lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena walaupun berpendidikan lebih rendah, jika orang tersebut sering terpapar dengan sumber informasi atau selalu ikut serta dalam penyuluhan gizi tentu saja pengetahuan gizinya lebih baik.

Karakteristik orang tua yang lain adalah jenis pekerjaan. Pekerjaan seseorang akan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang diperolehnya. Pendapatan merupakan faktor yang paling menentukan kuantitas dan kualitas makanan. Terdapat perbedaan proses pembentukan kebiasaan makanan pada anak dengan status ibu bekerja. Seorang ibu yang bekerja sebagai pencari nafkah di luar rumah, akan mengurangi peranannya dalam hal mempersiapkan makanan dan pemberian makanan kepada anak-anaknya. Hal ini disebabkan karena waktu untuk mempersiapkan makanan dan pemberian makanan kepada anak-anaknya cenderung berkurang, sehingga pekerjaan tersebut diserahkan kepada orang lain. Oleh karena itu dibutuhkan dukungan anggota keluarga lain seperti ayah atau kakak untuk ikut serta dalam membentuk kebiasaan makanan yang baik bagi anak (Suhardjo, 1989).

Menurut Pipes (1985), suatu keluarga yang ibunya bekerja akan memiliki sedikit waktu dalam menyiapkan makanan. Mereka akan lebih sering makan di luar, memesan makanan di restoran, atau mengkonsumsi makan cepat saji. Selain itu, keputusan untuk memilih makanan juga cenderung diserahkan kepada anak.

Besar kecilnya pendapatan akan mempengaruhi kemampuan keluarga untuk membeli bahan makanan (Apriadji, 1986). Menurut Gibney *et al.* (2005), salah

satu faktor penting dalam pemilihan makanan adalah pendapatan. Terdapat sejumlah bukti bahwa makanan yang sekarang ini direkomendasikan untuk pola makan sehat bukan hanya lebih sehat, lebih mengenyangkan, dan padat energi, tetapi makanan itu juga harus dibeli dengan harga yang tinggi.

Besar pendapatan akan berbeda antara keluarga yang ayah dan ibunya bekerja dengan keluarga yang hanya mengandalkan pendapatan dari ayahnya saja.

Keluarga dengan pendapatan terbatas kemungkinan besar akan kurang dapat memenuhi kebutuhan zat gizinya sejumlah yang diperlukan oleh tubuh.

Kebutuhan akan keanekaragaman makanan juga akan kurang bisa dijamin. Hal ini disebabkan karena dengan uang yang terbatas itu tidak akan banyak pilihan (Apriadi, 1986).

Keluarga dengan penghasilan tinggi akan menggunakan sebagian kecil dari keuangannya untuk membeli makanan dan bahan makanan, sebaliknya semakin rendah pendapatan maka semakin besar bagian penghasilan yang digunakan untuk membeli makanan. Bila penghasilan meningkat, maka jumlah uang yang dipakai untuk membeli makan dan bahan makanan juga meningkat. Dengan meningkatnya pendapatan perorangan, maka akan berdampak pada perubahan-perubahan dalam susunan makanan (Suhardjo, 1989). Akan tetapi pengeluaran uang yang lebih banyak untuk pangan tidak menjamin lebih beragamnya konsumsi pangan dan meningkatnya kualitas pangan. Kadang-kadang perubahan utama yang terjadi dalam kebiasaan makan adalah pangan yang dikonsumsi itu lebih mahal (Berg, 1985).

Menurut Marsetyo (1991), keluarga yang memiliki pendapatan tinggi banyak yang tidak memanfaatkan makanan yang bergizi. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan mereka akan makanan yang bergizi atau keengganan untuk mengkonsumsi makanan yang murah walaupun mereka mengetahui bahwa makanan tersebut banyak mengandung zat gizi.

Karakteristik orang tua yang lain adalah pengetahuan gizi ibu. Menurut Notoatmodjo (1997), pengetahuan merupakan hasil tahu dan terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap objek tertentu. Penginderaan tersebut terjadi melalui panca indera manusia. Namun sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan merupakan bagian yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang. Perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan bertahan lebih lama dibandingkan dengan perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Proses seseorang dalam mengadopsi perilaku baru merupakan proses yang cukup panjang. Proses ini dimulai dengan kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), penilaian mengenai perilaku tersebut (*evaluation*), mulai mencoba perilaku tersebut (*trial*), dan orang tersebut berperilaku sesuai dengan yang diharapkan (*adaption*).

Penyelenggaraan makanan dalam rumah tangga sehari-hari umumnya dikoordinir oleh ibu. Hidangan yang disajikan oleh ibu setiap hari bagi keluarganya sangat bergantung pada pengetahuan ibu terhadap jenis-jenis makanan tertentu. Ibu yang mempunyai pengetahuan gizi dan memiliki kesadaran gizi yang tinggi akan melatih kebiasaan makan sehat sedini mungkin kepada semua putra-putrinya. Anak-anak biasanya akan meniru apa yang dilakukan oleh orang tua atau kakak-

kakaknya. Bila anak melihat anggota keluarga lain mengkonsumsi apa yang dihidangkan ibu di meja makan maka ia pun akan ikut makan juga. Oleh karena itu, ibu berperan penting dalam melatih anggota keluarganya dalam membiasakan makan yang sehat (Suhardjo, 1989). Pengetahuan gizi juga amat diperlukan untuk kepentingan gizi keluarga dengan tujuan agar seseorang lebih tanggap terhadap adanya masalah gizi di dalam keluarga dan bisa mengambil tindakan secepatnya (Apriadi, 1986).

Menurut Pipes (1985), tingkat pendidikan dan pengetahuan gizi ibu mempengaruhi kualitas gizi makanan yang dikonsumsi anak. Seorang ibu yang memiliki pengetahuan yang baik mengenai perencanaan makan, zat gizi yang penting untuk anak, dan peranannya sebagai ibu rumah tangga, kemungkinan besar bagi anaknya akan mendapatkan kualitas makanan yang baik.

### **2.2.3 Harga**

Harga merupakan salah satu faktor pendorong kepuasan konsumen yang dianggap paling sensitif bagi konsumen. Faktor harga menurut Irawan (2004), merupakan faktor yang penting bagi pelanggan untuk evaluasi tingkat kepuasannya karena produk mempunyai kualitas yang sama tetapi harga relatif murah, akan memberikan value lebih tinggi kepada pelanggannya. Dengan harga tinggi mereka mengasumsikan bahwa produk tersebut bagus, begitu pula sebaliknya dengan harga rendah, produk tersebut dianggap jelek mutunya. Dengan demikian harga sering menjadi faktor salah satu yang menjadi perhatian konsumen. Kualitas susu yang baik adalah yang didalamnya terkandung nutrisi yang lengkap sesuai kebutuhan tubuh manusia. Nutrisi yang dibutuhkan itu antara

lain : lemak susu, kalsium, fosfor, vitamin A, B, dan sebagainya. Semakin lengkap kandungan gizinya, semakin baik mutu.

#### **2.2.4 Lingkungan**

Faktor lingkungan yang berhubungan dengan konsumsi susu pada anak adalah iklan. Pipies (1993) menyatakan bahwa media massa memiliki pengaruh pada permintaan dan sikap terhadap makanan. Dari berbagai jenis media massa, televisi memiliki pengaruh yang sangat besar pada anak. Hal ini disebabkan televisi mampu menjangkau banyak anak-anak bahkan sebelum mereka memiliki kemampuan berbicara. Anak-anak lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk menonton televisi daripada waktu yang mereka lewatkan di sekolah dan melakukan aktivitas lain selain tidur. Pada umumnya anak-anak yang berasal dari keluarga dengan tingkat pendapatan rendah lebih banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi dibandingkan dengan anak-anak dengan tingkat pendapatan menengah ke atas. Anak-anak usia sekolah diperkirakan menonton televisi 26 jam perminggu. Ini berarti rata-rata anak menonton iklan televisi 3 jam dalam sehari dan menonton 19000 hingga 22000 lebih iklan komersial/tahun.

Menurut Gibney *et al.* (2005), media khususnya televisi mungkin menjadi salah satu sumber informasi paling penting mengenai makanan. Iklan makanan diketahui meningkatkan pengetahuan anak akan merk dagang produk makanan, menimbulkan sikap positif terhadap makanan. Hasil riset memperlihatkan jika anak menikmati sebuah iklan komersial dan tertarik pada isinya, permintaan mereka terhadap makanan tertentu meningkat. Dalam lingkungan juga akan tampak bahwa semakin banyak iklan televisi yang ditonton anak tentang produk

tertentu yang dipasarkan khusus bagi anak, semakin besar kemungkinan produk itu ditemukan pada tempat tinggal anak itu. Dengan demikian, pesan yang disampaikan oleh media dapat begitu berpengaruh dalam penentuan permintaan jenis pangan tertentu dan pemilihan makanan. Menurut Pipes (1985), iklan di televisi mempengaruhi permintaan dan penerimaan makanan pada anak. Adapun menurut Brown (2005), anak-anak banyak terpengaruh oleh iklan di media. Mereka ingin mencoba makanan yang mereka lihat pada iklan di televisi.

Faktor lingkungan lain yang mempengaruhi adalah pengaruh orang lain.

Pengaruh dari orang lain sangat menentukan keputusan pembelian terhadap suatu merek produk tertentu. Konsumen yang selektif akan melibatkan diri mereka dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh kelompok-kelompok tertentu dimana konsumen melibatkan dirinya. Terdapat lima kelompok relevan dari konsumen, yaitu : Pertama, kelompok keluarga yang mampu menyediakan rasa aman, kesempatan untuk berdiskusi, serta keinginan untuk ditemani. Ke dua, kelompok teman atau sahabat. Dalam hal ini konsumen cenderung mencari informasi dari teman yang mereka percayai memiliki nilai yang sama dengan mereka. Ke tiga, grup sosial formal yang diperlukan konsumen untuk mencapai tujuannya, seperti memperluas wawasan. Ke empat, kelompok belanja dimana konsumen biasanya akan memilih kelompok dengan pengalaman atau pengetahuan tentang produk yang hendak dibeli. Ke lima, kelompok kerja yang dapat mempengaruhi konsumen akibat banyaknya waktu yang dihabiskan dengan rekan-rekan kerja, sehingga pendapat mereka akan sangat berpengaruh (Harper, 1985)

### 3. Pola Konsumsi

Pola konsumsi pangan adalah susunan makanan yang mencakup jenis dan jumlah bahan makanan rata-rata per orang per hari yang umum dikonsumsi atau dimakan penduduk dalam jangka waktu tertentu. Pola konsumsi merupakan cara mengkombinasikan elemen konsumsi dan tingkat konsumsi keseluruhan (Magrabi *et al.*, dalam Purba (2004). Menurut Kemalawaty (1999), pola konsumsi masyarakat umumnya dapat dilihat dari tingkat konsumsi, pengeluaran atau belanja, maupun proporsi dari pengeluaran untuk suatu komoditi tertentu.

Kebiasaan makan merupakan cara individu atau kelompok individu memilih pangan dan mengkonsumsinya sebagai reaksi terhadap pengaruh fisiologik, psikologik, dan sosial budaya (Sanjur 1982) sedangkan menurut Suhardjo (1989) kebiasaan makan merupakan istilah untuk menggambarkan kebiasaan dan perilaku yang berhubungan dengan makanan dan makan seperti tata krama makan, distribusi makan antar anggota keluarga. Kebiasaan makan adalah suatu perilaku yang berhubungan dengan makan seseorang, pola makanan atau susunan hidangan yang dimakan, pantangan, distribusi makanan dalam anggota.

Umumnya kebiasaan makan seseorang tidak didasarkan atas keperluan fisik akan zat-zat gizi yang terkandung dalam makanan. Kebiasaan ini berasal dari pola makan yang didasarkan pada budaya kelompok dan diajarkan pada seluruh anggota keluarga. Beberapa keluarga mengembangkan pola makan tiga kali sehari yaitu makan pagi, siang dan malam. Beberapa keluarga mengembangkan pola makan dua kali sehari yaitu makan siang dan malam, bahkan beberapa



keluarga mengembangkan pola makan jika lapar dan berhenti makan sebelum kenyang (Budiyanto, 2002)

Kebiasaan makan anak dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain teman sebaya, keadaan emosional, pelaksanaan diet, penurunan berat badan, lingkungan termasuk snack dan *fast food*, dan pengetahuan gizi anak. Asupan makanan dapat mempengaruhi pola makan serta nafsu makan anak. Secara langsung asupan makanan yang dikonsumsi anak dapat mempengaruhi status gizi anak. Hal ini berarti zat-zat gizi yang terkandung di dalam makanan mempunyai kandungan gizi yang berbeda. Oleh karena itu, orang tua khususnya ibu harus pandai memilih bahan makanan yang akan dikonsumsi oleh anak.

Menurut penelitian Dantji (1991), besarnya volume susu yang dikonsumsi oleh setiap keluarga sangat beragam sesuai tingkat kemampuan daya beli, jumlah anak yang ada dalam keluarga, jumlah anggota keluarga dan kesukaan terhadap jenis susu tersebut. Sebagian besar responden lebih memilih susu bubuk, lalu susu kental manis dan selanjutnya susu cair. Frekuensi pembelian susu oleh keluarga sangat beragam sesuai dengan persediaan susu dan kemampuan keuangan (daya beli) dari keluarga. Pada susu cair (segar) sebagian besar keluarga berlangganan tiap hari sekali, sedangkan untuk susu bubuk dan susu segar sebagian besar keluarga melakukan pembelian selama sebulan sekali.

#### **4. Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai konsumsi susu telah dilakukan terutama yang menyangkut tentang keputusan konsumen. Hasil-hasil penelitian terdahulu membahas faktor-

faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dari berbagai sudut pandang serta berbagai aspek pembahasan.

Hasil penelitian Khusna (2007), tentang analisis pola konsumsi susu bubuk, susu kental manis, dan susu cair konsumen rumah tangga di Kelurahan Padasuka, Kecamatan Ciomas, Bogor menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah susu bubuk yang dikonsumsi yaitu harga susu, jumlah pendapatan keluarga, pengeluaran untuk konsumsi bahan makanan, jumlah balita dalam keluarga, dan tingkat pengetahuan gizi. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah susu kental manis yang dikonsumsi yaitu harga susu, jumlah pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga, dan jumlah balita dalam keluarga. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah susu cair yang dikonsumsi yaitu harga susu, jumlah pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga, dan jumlah balita dalam keluarga.

Cecep (2000), meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi susu pada remaja di SMP Negeri 1 Bogor dan SMA negeri 1 Bogor. Secara statistik dengan menggunakan uji regresi logistik didapatkan hasil bahwa pendapatan keluarga, pendidikan ibu, pekerjaan ibu, pengetahuan gizi, sikap dan uang jajan tidak berpengaruh nyata terhadap konsumsi susu. Sedangkan pendidikan ayah berpengaruh nyata terhadap kebiasaan konsumsi susu pada remaja yang diteliti.

Penelitian lain tentang pembelian susu dilakukan Sijabat (2006) dengan mengambil kasus di Supermarket Ramayana, Plaza Jambu Dua. Penelitian yang menganalisis proses keputusan konsumen susu cair dalam kemasan untuk anak-anak ini menggunakan metode analisis Importance-Performance Analysis dan

Fishbein. Banyaknya responden yang digunakan sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembelian susu cair dalam kemasan untuk anak-anak kecenderungan sebagai berikut (1) pengenalan kebutuhan: konsumen mengenali kebutuhan akan pemenuhan gizi anak, (2) pencarian informasi: konsumen mendapatkan informasi dari iklan, (3) evaluasi alternatif: konsumen mempertimbangkan pembelian berdasarkan atribut-atribut yang dimiliki oleh setiap produk yang ada, (4) keputusan pembelian: konsumen tidak merencanakan terlebih dahulu kapan dan di mana akan membeli produk, (5) evaluasi pasca pembelian: konsumen merasa puas dengan produk yang mereka konsumsi.

Wijaya (2007) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian susu cair untuk anak di TK dan SD Al Azhar Bumi Serpong Damai Tangerang. Responden yang diteliti adalah ibu-ibu dan siswa dari TK dan SD kelas satu sebanyak 50 orang. Alat analisis yang digunakan adalah Tabulasi Deskriptif, Analisis Multivariate Komponen Utama dan Metode Angka Ideal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden memiliki latar belakang pendidikan paling dominan sarjana (S1) (66%), dengan pekerjaan ibu rumah tangga (62 persen) dan pendapat keluarga per bulan memiliki kisaran pendapatan Rp 5 juta hingga Rp10 juta/bulan. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian terdiri dari empat faktor utama yang dipertimbangkan yaitu (1) faktor bauran pemasaran produk yang terdiri nilai gizi, rasa, merek, kemudahan memperoleh produk, dan iklan; (2) faktor pengetahuan konsumen terdiri dari pengetahuan, keluarga, pengalaman, dan manfaat; (3) faktor keunggulan produk terdiri dari isi (volume), kemasan, dan pilihan rasa; (4) faktor harga yang

mencakup harga jual produk tersebut. Model angka ideal digunakan untuk menilai sejauh mana susu cair anak memenuhi harapan responden mengenai susu cair yang ideal. Total skor responden terhadap susu cair untuk anak adalah 11,54 dengan rentang skala 0 – 23,66 yang dapat diartikan bahwa keseluruhan atribut susu cair untuk anak sangat baik atau keberadaan susu cair dapat diterima dengan baik oleh responden.

## **B. Kerangka Pemikiran**

Mempelajari perilaku konsumen berarti mempelajari bagaimana konsumen membuat keputusan dengan menggunakan sumberdaya yang dimilikinya (waktu, uang dan usaha) untuk memperoleh produk atau jasa yang mereka inginkan. Di dalamnya terdapat pembahasan mengenai jenis, alasan, waktu, tempat dan frekuensi pembelian yang dilakukan serta frekuensi pemakaian suatu produk atau jasa. Menurut Kotler (2002) dalam tingkah laku pembelian yang kompleks konsumen harus memiliki lima tahap proses pengambilan keputusan yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Pola konsumsi susu anak umumnya dapat dilihat dari alasan memilih merk yang sering dikonsumsi, frekuensi konsumsi susu dalam sehari, dan tempat pembelian susu tersebut.

Beberapa faktor yang secara langsung berhubungan dengan frekuensi konsumsi susu pada anak sekolah dasar yaitu, umur anak, jenis kelamin anak, harga susu, pendidikan orang tua, pekerjaan orang tua, pendapatan orang tua, dan pengeluaran untuk konsumsi susu tersebut. Seorang anak biasanya cenderung meniru pola

makan keluarganya. Bila anak melihat anggota keluarga lain mau mengonsumsi apa yang dihidangkan maka ia pun cenderung untuk meniru. Pola makan tersebut tentunya sangat dipengaruhi oleh seleksi makanan yang biasanya dilakukan oleh ibu. Hal tersebut disebabkan karena ibu memiliki peran yang sangat penting dalam penyelenggaraan makanan sehari-hari dalam rumah tangga. Ibu menyeleksi makanan sesuai dengan umur anak agar kebutuhan gizi anaknya seimbang sesuai umur. Hidangan yang disajikan oleh ibu setiap hari bergantung pada pengetahuan ibu terhadap jenis-jenis pangan tertentu. Salah satu yang mempengaruhi pengetahuan adalah tingkat pendidikan namun tingkat pendidikan bukanlah satu-satunya faktor mutlak yang mempengaruhi pengetahuan. Seseorang yang berpendidikan rendah, jika sering terpapar dengan sumber informasi, tentunya pengetahuan gizinya juga akan baik. Pekerjaan orang tua pada umumnya dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya.

Frekuensi konsumsi susu anak sekolah dasar juga secara berhubungan dengan sikap anak terhadap susu tersebut, bagaimana rasa ketertarikan anak terhadap susu apakah sangat suka, suka, atau biasa saja. Biasanya juga berhubungan dengan pengetahuan gizi ibu dalam menyeleksi makanan untuk anak. Ibu yang mempunyai pengetahuan gizi dan memiliki kesadaran gizi yang tinggi akan melatih anaknya untuk membiasakan gaya hidup sehat. Salah satunya adalah membiasakan mengonsumsi pangan yang sehat seperti susu sedini mungkin.

Frekuensi konsumsi susu pada anak juga berhubungan dengan sikap ibu terhadap pangan, pemilihan pangan yang baik untuk gizi anaknya, dalam hal ini adalah susu. Selain itu juga frekuensi konsumsi susu pada anak juga berhubungan dengan orang lain, baik dari keluarga, teman atau lainnya tentang pemilihan suatu merk

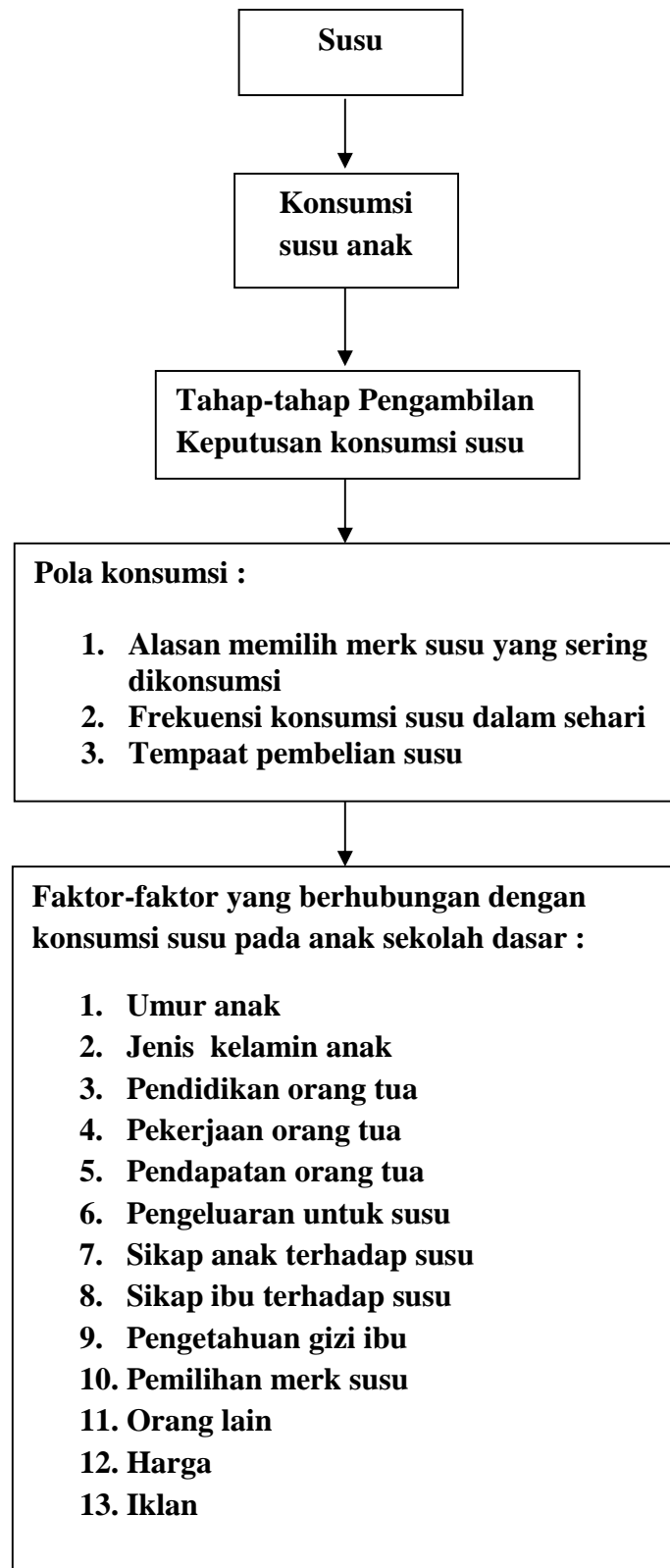
susu yang dikonsumsi dan secara tidak langsung dapat berasal dari iklan (media massa) terutama televisi.

### **C. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis penelitian ini diduga :

- 1) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan umur anak.
- 2) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan jenis kelamin anak.
- 3) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan pendidikan orang tua.
- 4) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan pekerjaan orang tua.
- 5) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan pendapatan orang tua.
- 6) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan pengeluaran untuk susu.
- 7) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan sikap ibu terhadap susu.
- 8) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan pengetahuan gizi ibu mengenai susu.

- 9) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan sikap anak terhadap susu.
- 10) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan pemilihan merk susu.
- 11) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan orang lain.
- 12) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan harga susu.
- 13) konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung berhubungan dengan iklan.



Gambar 2. Kerangka pemikiran konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung.



### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional**

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup semua pengertian yang dipergunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian.

Anak usia sekolah dalam penelitian ini adalah adalah anak pada usia 6-12 tahun yang bersekolah di SD Kartika II Bandar Lampung. Hal tersebut dikarenakan golongan anak usia sekolah tersebut merupakan salah satu konsumen yang menjadi segmen sasaran penjualan susu.

Responden dalam penelitian ini adalah adalah orang tua terutama ibu dari anak usia sekolah yang dijadikan sampel penelitian. Hal tersebut karena orang tua terutama ibu merupakan penentu dalam keputusan konsumsi rumah tangga.

Konsumen susu adalah anggota rumah tangga yang melakukan pembelian susu

Pola konsumsi susu adalah susunan kebutuhan seseorang terhadap konsumsi susu dalam jangka waktu tertentu. Konsumsi dapat diartikan sebagai kegiatan untuk pemenuhan kebutuhan guna meningkatkan kesejahteraannya.

Tahap pengambilan keputusan susu merupakan pendekatan penyelesaian masalah pada responden untuk membeli atau tidak membeli susu. Tahap pengambilan keputusan ada lima yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Keputusan mengkonsumsi susu adalah tindakan dan perilaku konsumen susu yang terermin dalam pola konsumsi susu.

Tahap pengenalan masalah adalah tahap di mana responden menyadari adanya kebutuhan akan susu menyangkut manfaat yang dicari dan alasan mengonsumsi susu. Lalu tahap selanjutnya adalah tahap pencarian informasi adalah tahap responden mencari informasi tentang merek atau jenis susu yang meliputi sumber informasi, media yang mempengaruhi, dan fokus perhatian. Tahap evaluasi alternatif adalah intensitas responden dalam menilai dan membandingkan informasi tentang berbagai macam susu meliputi pertimbangan dalam memilih berbagai produk susu. Tahap pembelian adalah tahap responden telah memutuskan untuk membeli suatu merek susu dari berbagai alternatif pilihan meliputi alasan pemilihan suatu produk susu, merek yang dibeli, dan tempat pembelian. Tahap terakhir adalah tahap perilaku pasca pembelian, tahap responden mengevaluasi apakah hasil yang didapat dari pembelian dan konsumsi susu memuaskan atau tidak (kotler, 1997).

Umur anak dalam penelitian ini adalah usia 6-10 tahun, yaitu kelas 1Sd -5 Sd di SD II Kartika Bandar Lampung.

Sikap adalah perasaan yang menggambarkan suka atau tidak suka terhadap sesuatu yang akan menentukan perilaku seseorang.

Sikap Ibu terhadap susu adalah tanggapan ibu yang menunjukkan perasaan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, atau sangat tidak setuju terhadap konsep mengenai susu

Sikap anak terhadap susu adalah tanggapan anak yang menunjukkan perasaan sangat suka, suka, biasa, tidak suka, atau sangat tidak suka terhadap susu.

Pendidikan orang tua adalah pendidikan formal tertinggi yang diselesaikan oleh orang tua responden yaitu ayah dan ibu. Pekerjaan orang tua adalah pekerjaan yang dilakukan oleh orang tua responden yaitu ayah dan ibu untuk mendapatkan penghasilan.

Pendapatan orang tua adalah rata-rata jumlah uang yang diperoleh orang tua, yaitu ayah dan ibu dalam satu bulan.

Pengetahuan gizi ibu mengenai susu adalah tingkat pengetahuan ibu responden mengenai susu beserta kandungannya.

Pengaruh iklan susu di televisi adalah respon yang ditunjukkan responden ketika melihat iklan susu di televisi. Kriterianya adalah positif : responden tertarik untuk minum susu ketika melihat iklan di televisi, biasa saja : jika responden merasa biasa saja ketika melihat iklan susu di televisi.

Merk susu adalah suatu nama atau symbol yang bersifat membedakan dengan maksud mengidentifikasi jenis susu dari seorang penjual atau sekelompok penjual susu, dengan demikian membedakannya dari susu yang dihasilkan oleh kompetitor.

Harga susu adalah jumlah uang yang harus dibayar seseorang untuk memperoleh susu yang dinyatakan dengan satuan rupiah (Rp).

Jumlah pembelian susu adalah banyaknya susu yang dibeli konsumen dalam jangka satu minggu terakhir, dihitung dari frekuensi susu yang dikonsumsi dalam penelitian yang dinyatakan dalam sachet.

Pengaruh orang lain adalah kegiatan yang secara langsung atau tidak langsung mengakibatkan suatu perubahan perilaku dan sikap orang lain.

Alasan mengonsumsi susu anak adalah faktor-faktor yang membuat anak mau mengonsumsi susu tersebut.

Frekuensi konsumsi susu adalah tingkat keseringan mengonsumsi susu sehari-hari yang dinyatakan dalam satuan berapa kali per hari (x/hari).

Tempat pembelian susu adalah tempat yang dijadikan responden atau anak dalam membeli susu untuk dikonsumsi.

#### **B. Metode, Lokasi, Waktu Penelitian, dan Pengambilan Sampel.**

Penelitian dilaksanakan di SD Kartika II yang berlokasi di Jalan Kapt. Piere Tendean No 4 Bandar Lampung menggunakan metode survey yaitu metode penelitian yang teknik pengambilan data dilakukan melalui pertanyaan tertulis atau lisan, dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan dengan kuesioner.

Penelitian dilakukan pada Bulan Januari 2014. Jenis data atau informasi yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu: data primer, yaitu sumber data yang diperoleh dari responden atau konsumen dengan menggunakan daftar

pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan. Kuesioner meliputi identifikasi responden, penilaian sikap terhadap konsep susu terutama sikap ibu terhadap konsep susu, dan indikator –indikator perilaku konsumsi susu. Data sekunder, yaitu data primer yang telah diolah pihak pengumpul data primer atau pihak lain seperti dokumen perusahaan, makalah seminar, majalah, data di internet, laporan hasil penelitian serta literatur dari berbagai instansi terkait. Selain itu juga didapat dari instansi-instansi seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan Dinas Peternakan Propinsi Lampung.

Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa karakteristik SD Kartika II Bandar Lampung cukup mewakili data yang diperlukan dalam penelitian ini, yakni dari tingkat sosial ekonomi orang tua yang beragam seperti pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan lingkungan yang berdampak pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian atau mengkonsumsi susu cair. Selain itu wilayah tersebut dekat dengan pertokoan dan mall sebagai tempat penjualan berbagai merek susu untuk anak.

Sampel atau contoh adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya dapat diteliti dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi, di mana jumlah sampel lebih sedikit dari jumlah populasi (Supranto, 1992). Penelitian ini mengambil contoh murid Sekolah Dasar dengan responden ibu dari anak usia 6-12 tahun. Alasan pemilihan ibu sebagai responden adalah karena sebagian besar yang berperan dalam pengambil keputusan pembelian susu adalah ibu. Hasil penelitian Tias (2005) menunjukkan bahwa sebagian besar pengambilan keputusan pembelian susu dilakukan oleh ibu (82%), hanya ( 5 %) yang dilakukan oleh ayah dan sisanya merupakan keputusan bersama ibu dan ayah (13%). Populasi adalah

jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Data jumlah anak usia 6-12 tahun yang diperoleh dari SD Kartika Bandar II Lampung adalah 1.323 anak yang berasal dari kelas 1 SD-5 SD. Siswa kelas 1 Prestasi - 5 Prestasi tidak dijadikan peserta karena tidak mewakili kondisi penelitian sehingga hanya siswa dari kelas reguler saja yang dijadikan peserta. Siswa kelas 6 SD tidak dijadikan peserta karena sesuai keinginan pihak sekolah untuk memfokuskan siswa kelas 6 SD dalam menghadapi ujian. Jumlah sampel yang diperlukan dengan derajat kepercayaan yang diinginkan adalah (90%) dan presisi (10%) (Umar, 2000) adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = jumlah responden yang diteliti

N = jumlah seluruh sampel

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan contoh yang masih dapat ditolerir.

$$n = \frac{1323}{1 + (1323 \times 0,1^2)} = 92,97 = 93 \text{ orang responden}$$

Jumlah responden sebanyak 93 orang ini didasarkan atas pernyataan Setiady dan Husaini (1998) yang menyatakan bahwa untuk sebuah penelitian sosial deskriptif dibutuhkan minimal 30 responden. Penentuan jumlah sampel tersebut atas dasar pertimbangan ketepatan dan efisiensi dalam pengolahan data, pertimbangan biaya dan waktu, dan tenaga peneliti yang terbatas.

Berdasarkan data jumlah kelas di SD Kartika II Bandar Lampung terdapat sebanyak 35 kelas dari tingkat kelas 1 SD-5 SD. Dari setiap kelas memiliki jumlah siswa yang berbeda maka dilakukan teknik penarikan sampel secara proposional. Teknik penarikan populasi secara Proporsional sampling dilakukan agar didapatkan jumlah contoh yang merata dari setiap cakupan yang diteliti. Dari tiap tingkatan kelas diambil 1 kelas dengan jumlah siswa terbanyak. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan efisiensi waktu dan menghemat biaya, selain itu juga dengan pertimbangan jumlah siswa dengan kelas terbanyak sudah dapat memenuhi jumlah sampel. Rincian responden menurut Supranto (1992) :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

$n_i$  = Jumlah responden yang diteliti di tingkat kelas  $i$

$N_i$  = Jumlah seluruh sampel di tingkat kelas  $i$

$N$  = Jumlah Seluruh Sampel

$n$  = jumlah responden yang diteliti

$$\text{Kelas 1 SD : } n_i = \frac{271}{1323} \times 93 = 19,04 = 19 \text{ responden}$$

$$\text{Kelas 2 SD : } n_i = \frac{254}{1323} \times 93 = 17,85 = 18 \text{ responden}$$

$$\text{Kelas 3 SD : } n_i = \frac{267}{1323} \times 93 = 18,76 = 18 \text{ responden}$$

$$\text{Kelas 4 SD : } n_i = \frac{256}{1323} \times 93 = 17,99 = 18 \text{ responden}$$

Kelas 5 SD :  $n_i = \frac{275}{1323} \times 93 = 19,33 = 19$  responden

Pemilihan responden dilakukan secara acak yaitu dengan pengundian berdasarkan nomor urut absen siswa. Hasil penyebaran kuesioner sebanyak 93 kuesioner, namun yang kembali hanya berjumlah 61 kuesioner. Walaupun tidak sesuai dengan jumlah awal 93 kuesioner namun karena telah memenuhi syarat jumlah minimal sampel dan memperhitungkan waktu yang terbatas, maka penelitian tetap dilanjutkan dengan jumlah kuesioner yang diteliti sebanyak 61 buah.

### **C. Metode Analisis Data**

#### **1. Analisis Deskriptif**

Untuk menjawab tujuan pertama mengenai tahap-tahap pengambilan keputusan dalam konsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung dan tujuan ke dua mengenai pola konsumsi susu pada anak usia sekolah di Kota Bandar Lampung digunakan analisis deskriptif, yaitu data mengenai karakteristik konsumen, perbedaan individu, pengaruh lingkungan dan proses keputusan pembelian susu mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian sampai pasca pembelian. Hasil akan dikelompokkan dalam bentuk tabel berdasarkan kesamaan jawabannya. Tabel ini dianalisis berdasarkan faktor-faktor yang dominan dari variabel-variabel yang diamati.



## 2. Metode Analisis Statistik

Tujuan ke tiga tentang faktor-faktor apa saja yang berhubungan dengan konsumsi susu pada anak usia sekolah di Kota Bandar Lampung akan dianalisis dengan menggunakan model korelasi *spearman*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji korelasi ini adalah :

- a. Jika nilai sig.  $< 0,05$  maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara variable yang dihubungkan atau  $H_0$  ditolak.
- b. Jika nilai sig.  $> 0,05$  maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan antara variable yang dihubungkan atau  $H_0$  diterima.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis, analisis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan pembahasan tentang tahap-tahap pengambilan keputusan dalam pembelian susu cair pada anak sekolah dasar, didapatkan hasil bahwa tempat pembelian susu yang paling banyak adalah swalayan sebesar (73,8%) dengan sumber informasi terbanyak berasal dari televisi sebanyak (86,9%). Pemberi pengaruh dalam hal pembelian susu cair terbanyak berasal dari lainnya, baik dari guru, teman, orang lain, atau dari berbagai hal lainnya sebesar (52,5%). Tingkat kepuasan untuk konsumsi susu cair tersebut adalah puas sebesar (91,8%) dan tanggapan terbesar setelah mengkonsumsi susu cair tersebut adalah biasa saja sebesar (45,9%).
2. Pola konsumsi susu pada anak sekolah dasar dapat dijelaskan sebagai berikut : anak sekolah dasar memilih susu dengan alasan terbiasa sejak kecil dengan frekuensi minum 2 gelas per hari. Pembelian susu tersebut biasanya dibeli di swalayan atau supermarket.
3. Tidak ada hubungan yang signifikan antara harga susu, umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, sikap ibu, pengetahuan gizi

ibu, iklan, harga susu, dan pengaruh orang lain dengan konsumsi susu pada anak sekolah di Kota Bandar Lampung. Ada hubungan yang signifikan antara pengeluaran susu, sikap anak terhadap susu, dan pengaruh merk terhadap konsumsi susu pada anak sekolah di Kota Bandar Lampung.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Orangtua terutama ibu diharapkan meningkatkan pengetahuan gizi yang dimiliki dalam melakukan konsumsi. Keluarga sebagai sumber informasi terdekat dan bersifat dua arah harus meningkatkan fungsinya untuk membantu anak dalam mengkonsumsi susu agar dapat meningkatkan kesehatan dan mengoptimalkan pertumbuhannya.
2. Dengan diketahuinya pengeluaran untuk susu dan sikap anak terhadap susu yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan mengkonsumsi susu pada anak sekolah dasar di Kota Bandar Lampung, hal ini mencerminkan bahwa faktor pengeluaran untuk susu sikap anak terhadap susu merupakan faktor yang menentukan dalam keputusan mengkonsumsi susu sehingga orangtua perlu lebih memperhatikan dalam hal pengeluaran untuk susu dan perilaku anak terhadap ketertarikan akan konsumsi susu tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almatsier, 2002. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: Gramedia,
- Apriadi. 1986. *Gizi Keluarga*. Jakarta: PT Penebar Swadaya.
- Astawan. 2005. Proses UHT: Upaya Penyelamatan Gizi Pada Susu. WASPADA Online. [Http://199P1us.wordpress.com /2007/09/24/ proses-uht-upaya-penyelamatan-gizi-pada-susu](http://199P1us.wordpress.com/2007/09/24/proses-uht-upaya-penyelamatan-gizi-pada-susu). Diakses tanggal 23 juli 2012.
- Berg, A. 1986. *Peranan Gizi dalam Pembangunan Nasional (terjemahan)*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Blakely, J and David.H.Bade. 1991. *Ilmu Peternakan*. Edisi keempat. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Brown, Judith E, *et al.* 2005. *Nutrition through the life cycle* (2nd ed.). USA: Thomson Wadsworth.
- Buckle, et al. 1987. *Ilmu Pangan*, (Hari Purnomo dan Adiono. Penerjemah). UI Press, Jakarta.
- Budiyanto, M.A.K. 2002. *Gizi dan Kesehatan*. Malang: Bayu Media dan UMM Press.
- Cecep. 2000. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Susu pada Remaja*. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Dantji, H. S. 1991. *Analisis Permintaan Konsumen Rumah Tangga Terhadap Susu Segar, Susu Bubuk, Susu Kental Manis, dan Susu Cair di Kota Administratif Depok Kabupaten Bogor*. [skripsi]. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Direktorat Jenderal Peternakan. 2008. *Produksi, konsumsi, dan jumlah Sapi Perah Tahun 2001-2008*. 20 Agustus 2012. <http://www.ditjennak.deptan.go.id>.

- Direktorat Jendral Peternakan Propinsi Lampung. 2009. Laporan Tahunan, Produksi dan Konsumsi Susu Lampung. Lampung: Badan Pusat Statistik Lampung.
- Direktorat Jendral Peternakan Propinsi Lampung. 2010. Laporan Tahunan, Produksi dan Konsumsi Susu Lampung. Lampung: Badan Pusat Statistik Lampung.
- Edelstein. 1988. Composition of Milk, Word Animal Science. Meat Science, Milk Science and Technology. Editor : Cross H.R. Elsevier Science Publishers B.V. Amsterdam.
- Engel, J.F., R.D. Blackwell. Dan P.W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid I*. Jakarta: Binarupa Aksara,
- Gibney et al. 2005. *Gizi Kesehatan Masyarakat*. (Palupi Widyastuti & Erita, Agustin, Penerjemah). EGC, Jakarta.
- Guinard, JX. 1998. Data Collection and analysis methods for consumer testing, 3<sup>rd</sup> International Food Science and Technology Conference. P. 504-516.
- Harper, L. J. (1985. *Pangan, gizi, dan pertanian*. Jakarta: UI Press.
- Husaini Usman, dan R. Purnomo Setiady Akbar. 1998. *Pengantar Statistik*, Bumi Aksara. Jakarta.
- [Http://detik.com/health/konsumsi\\_susu\\_kawasan\\_asia\\_tenggara](http://detik.com/health/konsumsi_susu_kawasan_asia_tenggara). Diakses Tanggal 20 Agustus 2012.
- J. Setiadi, Nugroho, 2003. "Perilaku Konsumen". Jakarta: PTKencana Prenanda Media.
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Kalkwarf. Et al. 2003. Milk Intake During Childhood and Adolescence, Adult Bone Density, and Osteoporotic Fractures in US Women. American Journal Clinical Nutrition, 77, 257-265.
- Kemalawaty, M. 1999. Analisis konsumsi pangan sumber protein hewani di Propinsi Daerah Istimewa Aceh. Tesis Magister Sains. Sekolah Pascasarjana, Institut pertanian Bogor, Bogor.
- Khomsan, A. 1993. Keragaman Kebiasaan Makan Pada Peserta dan Bukan Peserta Proyek Diversifikasi Pangan dan Gizi. Media Gizi Keluarga. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Khomsan. A. 2002. susu minuman bergizi untuk peningkatan kualitas sdm. Sumber :[http:// Kolam.pacific.net.id/Indonesia/2002/html](http://Kolam.pacific.net.id/Indonesia/2002/html). Diakses tanggal 18 agustus 2012.

- Khusna. 2007. Analisis Pola Konsumsi Susu Bubuk, Susu Kental Manis, dan Susu Cair Konsumen Rumah Tangga. [skripsi]. Bogor: Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi Lembaga dan Kontrol* (Hermawa, A.A., Penerjemah). UI. Jakarta.
- Marsetyo. 1991. *Ilmu Gizi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Menteri Kesehatan RI. 2005. *Keputusan Menteri Kesehatan Tahun 2005 RI*, Jakarta.
- Mubin & Ani Cahyadi. 2006. *Psikologi Perkembangan*. Cet. 1. Jakarta: Ciputat Press Group.
- Muhadjir, Noeng. 1992. *Pengukuran Kepribadian*. Yogyakarta: Rake Sarasin
- Notoatmodjo, S. 1997. *Ilmu Kesehatan Masyarakat Prinsip-prinsip Dasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Pipes & Cristine. 1985. *Nutrition in infancy and childhood* (3rd ed.). United States of America: Mosby St. Louis.
- Pudjiadi, S. 1997. *Ilmu Gizi Klinis pada Anak*. FKUI Jakarta. Jakarta.
- Purba, R.P. 2004. *Analisis Perubahan Pola Konsumsi Daging di Indonesia*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Sanjur, D. 1982. *Social and cultural Perspective in Nutrition*. Prentice Hall Inc. New York.
- Soekartawi. 1993. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie L. 1994. *Consumer Behaviour*, [Online, ([http://www.ukm.my/gsbukm/gsb\\_doctor\\_course\\_list.html](http://www.ukm.my/gsbukm/gsb_doctor_course_list.html), diakses tanggal 23 juli 2012.)
- ]Sediaoetama, A.D. 1991, *Ilmu Gizi untuk Profesi dan Mahasiswa*, Jakarta: DIEN RAKYAT.
- Sijabat, H.I.B. 2006. Analisis Proses Keputusan Konsumen Susu Cair Dalam Kemasan Untuk Anak-anak. [skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi, 1989, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Sudono, A. 1999. *Ilmu Produksi Ternak Perah*. Jurusan Ilmu Produksi Ternak. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Suhardjo. 1989. *Sosial Budaya Gizi* .Bogor: Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi Institut pertanian Bogor.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. 1992. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jilid II, Jakarta: Erlangga.
- Tias S. 2005. Hubungan Faktor Individu dan Lingkungan Dengan Perilaku Pembelian Produk Susu Untuk Anak Usia Balita [skripsi]. Program Studi Gizi Masyarakat dan Keluarga. Fakultas Pertanian. IPB.
- Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia.
- Vera Farah Bararah. 2012. Konsumsi Susu Indonesia Lebih Rendah dari Malaysia dan Thailand. Sumber: <http://detik.com/health/2012/html>. Diakses tanggal 20 Agustus 2012.
- Williams, M. 1993. *Nutrition for the growing years* (5th ed.). New York: Plycon Press Inc.
- Winarno, F.G. 1993. *Pangan, Gizi, Teknologi dan Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Wirakartakusumah MA. 2011. Sifat Fisik Bahan Pangan. Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi, IPB, Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal. Bogor.
- Wijaya. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Cair di TK dan SD Al Azhar Bumi Serpong Damai Tangerang. [skripsi]. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Wong, Dl. (2009). *Buku Ajar Keperawatan Pediatrik*, Edisi 6. Volume 1. Jakarta: EGC.