

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG IBU BADUTA DALAM PEMILIHAN SUSU FORMULA DI KELURAHAN SIKUMANA.**

*Factors Which Encourage The Moms Of Two Years Old Baby To Choose The Formula  
Milk In Sikumana.*

**Octaviana E. Bili, Lewi Jutomo, Ratna C. Dewi**

Jurusan Gizi Kesehatan Masyarakat  
Fakultas Kesehatan Masyarakat-Undana

**A****BSTRACT**, This research aimed to know the factors which encourage the moms of two years old baby to choose the formula milk in Sikumana. The kind of this research is survey analytic by using cross sectional study. The amount of all sample are 73 samples, which choose by purposive random sampling. To examine each variable, the writer applied chi-square test on level 95% ( $\alpha=0,05$ ) to know the correlation with selection variable formula milk. The highest rate of respondent (53,42%) at age facton > 30 years old. Respondent with high level education have a minus level (58,9%). Level wage a month be in average category (52,05%). Mothers with highest level knowledge be in good category (43,32%). The research results by using chi-square test showed that there meaningful correlation between level education, wage level, mothers knowledge level, including the information about formula milk (information source, milk preparation, brand, nutrient contens, package, and price of milk) towards selection formula milk ( $p<0,05$ ).

**Key Words** : *Factors Which Encourage The Moms Of Two Years Old Baby  
To Choose The Formula Milk*

## **PENDAHULUAN**

Konferensi Hak-Hak Anak tahun 1990 antara lain menegaskan bahwa tumbuh kembang secara optimal merupakan salah satu hak anak. Oleh karena itu, setiap bayi harus memperoleh asupan gizi yang sesuai dengan kebutuhannya. Bagi bayi, ASI merupakan makanan yang paling utama dan paling sempurna karena ASI mengandung hampir semua zat gizi dengan komposisi sesuai kebutuhan bayi untuk pertumbuhan dan perkembangan yang optimal. ASI tidak hanya mengandung cukup zat gizi, tetapi juga mengandung zat imunologik yang melindungi bayi dari infeksi (*Irawan, 1997 dalam Amiruddin dan Rostia, 2006*). Namun kenyataan yang terjadi banyak ibu yang cenderung memberikan susu formula dibanding dengan ASI bagi bayi karena berbagai kondisi dan keadaan.

Berbagai studi dan pengamatan menunjukkan bahwa dewasa ini terdapat kecenderungan penurunan penggunaan ASI dan digantikan dengan susu formula di masyarakat. Berdasarkan Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) tahun 2007, hanya 32% bayi dibawah 6 bulan yang mendapatkan ASI eksklusif. Jika dibandingkan dengan Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) tahun 2003, proporsi bayi dibawah 6 bulan yang mendapatkan ASI eksklusif menurun sebanyak 6 poin. Rata-rata bayi Indonesia hanya disusui selama 2 bulan pertama, ini terlihat dari penurunan persentase SDKI tahun 2003 yang sebanyak 64% menjadi 48% pada SDKI tahun 2007. Sebaliknya, sebanyak 65% bayi baru lahir mendapatkan makanan selain ASI (*Petisi UU Perlindungan Bagi Ibu Menyusui Dan Anak Menyusu ASI*). Dengan kenaikan tingkat partisipasi wanita dalam angkatan kerja dan peningkatan sarana komunikasi dan transportasi yang memudahkan periklanan susu buatan serta perluasan distribusi susu buatan telah meningkatkan kecenderungan penggunaan susu formula sebagai Pengganti ASI baik di pedesaan maupun di perkotaan. Menurunnya jumlah ibu yang menyusui sendiri bayinya pada mulanya terdapat pada kelompok ibu di kota-kota terutama pada keluarga berpenghasilan cukup yang kemudian menjalar sampai ke desa-desa. Meskipun semakin banyak ibu yang menyadari pentingnya pemberian ASI tetapi budaya modern dan kekuatan ekonomi yang semakin meningkat telah mendesak para ibu untuk segera menyapih anaknya dan memilih air susu buatan sebagai jalan keluarnya (*Siregar, 2004*). Di Indonesia, hanya sekitar 8% ibu yang memberikan ASI eksklusif sampai umur 6 bulan dan hanya 4% bayi yang disusui ibunya dalam waktu satu jam pertama setelah kelahirannya (*Baskoro, 2008*)

Penggunaan pendamping ASI menjadi alternatif yang tidak dapat dihindarkan. Pemilihan susu formula terbaik bagi anak harus dilakukan secara cermat dan teliti. Susu formula merupakan makanan bayi dan anak yang dikonsumsi setiap hari dalam jumlah banyak dan jangka panjang. Bila susu formula tersebut tidak cocok bisa menimbulkan gangguan tumbuh kembang yang terjadi terus menerus dalam jangka panjang.

Susu formula bayi adalah cairan atau bubuk dengan formula tertentu yang diberikan pada bayi dan anak serta berfungsi sebagai Pendamping ASI. Susu formula memiliki peranan penting dalam makanan bayi karena seringkali bertindak sebagai satu – satunya sumber gizi bagi bayi. Karenanya, semua susu formula yang beredar di Indonesia dan di dunia harus sesuai dengan Standard RDA (Recomendation Diety Allowence). Standar RDA untuk susu formula bayi adalah jumlah kalori, vitamin dan mineral harus sesuai dengan kebutuhan bayi dalam mencapai tumbuh kembang yang optimal. Dengan

kata lain, penggunaan apapun merek susu formula yang sesuai usia anak selama tidak menimbulkan gangguan fungsi tubuh adalah susu yang terbaik untuk anak tersebut (Judarwanto, 2007).

Perkembangan modernisasi yang menuntut segalanya serba praktis menjadikan susu formula banyak dilirik para ibu, terutama ibu yang bekerja. Penggunaan susu formula sebagai Pendamping ASI telah ada sejak 60 tahun yang lalu. Kini dengan peralatan dan teknologi yang serba canggih, para produsen susu formula bersaing dalam merebut hati para ibu dengan mengeluarkan produk susu formula yang konon kandungannya kian mirip dengan ASI. Oleh karena itu, orangtua terutama ibu sering dihadapkan pada masalah pemilihan jenis susu formula yang tepat dan baik bagi bayi. Masalah ini diperumit dengan semakin banyaknya susu formula yang beredar di pasaran dan semakin banyaknya informasi mengenai jenis susu formula yang baik bagi bayi yang diperoleh dari berbagai sumber. Informasi yang beragam inilah yang membingungkan ibu dalam pemilihan susu formula karena informasi tersebut sering berbeda dan berlawanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong ibu baduta dalam pemilihan susu formula di Kelurahan Sikumana.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat Analitik dengan jenis penelitian survei yang menggunakan rancang bangun penelitian *Cross Sectional Study* dimana seluruh variabel diamati dan diukur pada saat bersamaan (Notoatmodjo, 2005). Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Sikumana Kecamatan Maulafa Kota Kupang yang berlangsung selama 6 bulan yakni dari bulan januari sampai juni 2010.

Populasi dalam penelitian ini adalah ibu-ibu yang mempunyai anak baduta, yang ada di Kelurahan Sikumana Kecamatan Maulafa Kota Kupang yang menggunakan susu formula. Data terakhir (September 2009) menunjukkan jumlah baduta sebanyak 267 orang. Unit terkecil dalam penelitian ini adalah peserta posyandu, dengan respondennya adalah ibu-ibu yang memiliki baduta umur 0-23 bulan. Pengambilan sampel secara purposif sampling dimana didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut :

1. Ibu yang memiliki baduta
2. Bersedia menjadi responden
3. Ibu yang memberikan susu formula pada anaknya

Sedangkan besarnya sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus yang diformulasikan oleh Notoadmojo (2005) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)}$$

keterangan:

N = besar populasi

n = besar sampel

d = tingkat kepercayaan/ketepatan yang diinginkan (0,1)

Berdasarkan rumus diatas, maka sampel yang diambil sebesar 73 orang.

Setelah data dikumpulkan akan diperiksa kelengkapannya (*editing*) setelah itu dilanjutkan dengan coding, dan tabulasi. Kemudian data diolah secara manual dengan bantuan soft ware yakni dengan menggunakan program excell for windows. Analisa data dilakukan secara deskriptif dengan melihat persentasi data yang telah terkumpul dan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan analisa data dilakukan dengan *Chi-Square* pada tingkat kemaknaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) untuk melihat faktor-faktor yang mendorong ibu untuk memilih susu formula tertentu bagi anaknya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tingkat Pendidikan

Latar belakang pendidikan ibu merupakan salah satu faktor penting yang ikut menentukan keadaan gizi anak. Pendidikan ibu disamping modal utama dalam perekonomian rumah tangga juga berperan dalam penyusunan pola makan untuk keluarga. Pada umumnya tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi sikap dan perilakunya. Pendidikan akan menentukan besar kecilnya penggunaan pendapatan keluarga untuk pengadaan pangan sehari-hari. Orang yang tingkat pendidikannya tinggi cenderung memilih makanan yang lebih murah dengan nilai gizi yang lebih tinggi (Suhardjo, 1996 dalam Fitrisia, 2002).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang memiliki tingkat pendidikan baik sebagian besar memilih susu morinaga (40%), sedangkan responden dengan tingkat pendidikan kurang memilih susu lactogen (34,88%). Hubungan antara tingkat pendidikan dengan pemilihan susu formula dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Pemilihan jenis Susu Formula**

No	Jenis Susu Formula	Tingkat Pendidikan				Total		P value
		Baik		Kurang		n	%	
		n	%	n	%			
1	SGM	10	33,33	14	32,56	24	32,9	0,029
2	Morinaga	12	40,00	6	13,95	18	24,7	
3	Dancow 1+	1	3,33	8	18,61	9	12,3	
4	Lactogen	7	23,34	15	34,88	22	30,1	
Total		30	100,0	43	100,0	73	100,0	

Hasil analisis statistik antara variabel tingkat pendidikan dengan pemilihan jenis susu formula (merek) menunjukkan hubungan yang signifikan (nilai  $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan antara tingkat pendidikan dengan pemilihan jenis susu formula. Pendidikan merupakan salah satu unsur terpenting dalam menentukan kualitas manusia. Suatu proses komunikasi kesehatan akan berjalan baik apabila didukung oleh tingkat pendidikan. Kemampuan membaca akan memudahkan penerimaan informasi-informasi kesehatan yang diperoleh. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin mudah dalam menyerap dan mempraktekkan berbagai informasi gizi yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari (Sediaoetama, 2000).

Dari hasil wawancara di ketahui bahwa alasan responden dalam pemilihan merek susu morinaga dan lactogen tersebut berhubungan dengan kandungan gizi dalam merek susu tersebut yang sudah sesuai dengan standar komposisi susu formula yang diketahui responden dari petugas di tempat pembelian susu tersebut. Dimana menurut penjelasan petugas, jumlah semua zat gizi yaitu karbohidrat, vitamin, mineral, protein dan lemak sudah sesuai dengan standar yang di tentukan untuk susu formula anak sehingga dapat memenuhi akan kebutuhan gizi anak saat dikonsumsi. Hal ini membuktikan bahwa tingkat pendidikan ibu akan mendorong ibu untuk mencari informasi tentang merek susu formula yang dipilihnya melalui petugas saat berada di tempat pembelian sebelum memutuskan untuk membeli.

### **Tingkat Pendapatan**

Tingkat pendapatan keluarga diduga berpengaruh terhadap pemilihan jenis susu formula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendapatan kurang sebagian besar memilih susu SGM yaitu sebanyak 17 responden (42,5%), sedangkan responden dengan tingkat pendapatan cukup lebih cenderung memilih susu

morinaga yaitu sebanyak 12 responden (36,37%). Hubungan antara tingkat pendapatan dengan pemilihan susu formula dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Hubungan Tingkat Pendapatan Dengan Pemilihan Susu Formula**

No	Jenis Susu Formula	Tingkat Pendapatan				Total		P value
		Cukup		Kurang		n	%	
		n	%	n	%			
1	SGM	7	21,21	17	42,5	24	32,9	0,042
2	Morinaga	12	36,37	6	15	18	24,7	
3	Dancow 1 <sup>+</sup>	6	18,18	3	7,5	9	12,3	
4	Lactogen	8	24,24	14	35	22	30,1	
Total		33	100,0	40	100,0	73	100,0	

Hasil analisis statistik antara variabel tingkat pendapatan dengan pemilihan jenis susu formula (merek) menunjukkan hubungan yang signifikan (nilai  $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan antara tingkat pendidikan dengan pemilihan jenis susu formula.

Pendapatan keluarga akan mempengaruhi pola pengeluaran dalam rumah tangga terutama untuk konsumsi pangan anggota rumah tangga, yaitu bayi dan anak (Roedjito, 1987) dalam Fitrisia (2002). Hasil penelitian yang telah dilakukan mengemukakan bahwa pada golongan pendapatan tinggi terdapat kecenderungan peningkatan penggunaan Pengganti ASI dan memulai pemberian makanan pendamping yang lebih awal. Faktor pendapatan sangat menentukan pola menyusui beralih dari ASI ke susu buatan (Haryono, 1977; Bantje dan Yambi, 1983) dalam Fitrisia (2002)

Dari hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa responden lebih banyak memilih merek susu morinaga dan lactogen karena kebanyakan responden yang memilih merek susu ini berada pada golongan pendapatan cukup sehingga memudahkan responden dalam membeli susu formula tersebut. Selain itu, alasan lain yang dikemukakan responden yakni dapat menghemat karena merek kedua susu ini memiliki ukuran kemasan yang relatif lebih banyak (isinya) dibanding merek lainnya. Hal ini membuat konsumen menjadi lebih leluasa untuk menentukan pilihannya dalam memenuhi kebutuhan anaknya.

### Tingkat Pengetahuan Gizi Ibu

Tingkat pengetahuan gizi ibu tentang ASI dan susu formula diduga berpengaruh terhadap pemilihan jenis susu formula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pengetahuan baik sebagian besar memilih susu SGM yaitu sebanyak 16 responden (44,44%); sedangkan responden dengan tingkat pengetahuan sedang lebih

banyak memilih susu lactogen yaitu sebanyak 11 responden (44%); sedangkan responden dengan tingkat pengetahuan kurang lebih banyak memilih susu lactogen yaitu sebanyak 6 responden (50%). Hubungan antara tingkat pengetahuan dengan pemilihan susu formula dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut.

**Tabel 3. Hubungan Tingkat Pengetahuan Ibu Dengan Pemilihan Susu Formula**

No	Jenis Susu Formula	Tingkat Pengetahuan Ibu						Total		P value
		Baik		Sedang		Kurang		n	%	
		n	%	n	%	n	%			
1	SGM	16	44,44	8	32	0	0	24	32,9	0,010
2	Morinaga	8	22,22	6	24	4	33,3	18	24,7	
3	Dancow 1+	7	19,44	0	0	2	16,7	9	12,3	
4	Lactogen	5	13,90	11	44	6	50	22	30,1	
Total		36	100,00	25	100	12	100	73	100,0	

Hasil analisis statistik antara variabel tingkat pengetahuan ibu dengan pemilihan jenis susu formula (merek) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan (nilai  $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan antara tingkat pengetahuan gizi ibu dengan pemilihan jenis susu formula. Dari hasil analisis statistik dapat dilihat bahwa responden dengan tingkat pengetahuan baik cenderung memilih jenis susu SGM, hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan pada saat penelitian berlangsung di mana alasan responden memilih merek susu tersebut karena pengalaman dalam hal penggunaan yang telah dilakukan secara berulang-ulang dan pertimbangan bahwa susu tersebut tidak menimbulkan gangguan pada bayi dan anak seperti diare saat dikonsumsi. Hal ini membuktikan bahwa ibu dengan tingkat pengetahuan baik akan memilih susu formula yang cocok bagi anaknya dan tidak berdasarkan pada merek yang terkenal.

### **Sumber Informasi**

Adanya emansipasi dan isu gender membuat kaum perempuan berusaha menunjukkan kemampuannya dalam berkarier sehingga mengubah paradigma lama bahwa kaum perempuan tidak hanya bertugas mengurus keperluan rumah saja. Hal ini juga terjadi pada ibu-ibu yang mempunyai bayi, mereka juga tidak ingin kariernya terhambat dengan adanya bayi yang harus disusui setiap saat, sehingga dicari terobosan baru yaitu dengan pemberian susu formula bagi bayinya. Seiring dengan adanya tuntutan tersebut membuat para produsen di bidang susu formula semakin gencar memunculkan produknya. Agar produk yang dihasilkan dari produsen dapat di kenal oleh masyarakat maka produsenpun semakin gencar dalam mempromosikan produknya.

Promosi dapat dilakukan melalui berbagai sumber. Untuk mengetahui berbagai sumber yang diperoleh responden tentang susu formula dapat di lihat pada Tabel sebagai berikut.

**Tabel 4. Hubungan Sumber Informasi Dengan Pemilihan Susu Formula**

No	Jenis Susu Formula	Sumber Informasi						Total		P value
		Tenaga Kesehatan		Media Cetak dan Elektronik		Keluarga		n	%	
		n	%	n	%	n	%			
1	SGM	5	22,73	13	33,33	6	50	24	32,9	0,026
2	Morinaga	9	40,91	4	10,26	5	41,7	18	24,7	
3	Dancow 1+	2	9,09	7	17,95	0	0	9	12,3	
4	Lactogen	6	27,27	15	38,46	1	8,3	22	30,1	
Total		22	100,0	39	100,0	12	100,0	73	100,0	

Hasil analisis statistik antara variabel sumber informasi dengan pemilihan jenis susu formula (merek) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan (nilai  $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan antara sumber informasi dengan pemilihan jenis susu formula.

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa responden mendapatkan informasi mengenai susu formula tidak hanya berasal dari satu sumber saja. Samsudin dan Tjokronegoro (1986) dalam Fitriasia (2002) menyatakan bahwa perkembangan industri susu formula telah menyebabkan persaingan antara produsen sehingga memaksa mereka untuk mengiklankan produknya melalui iklan di media massa. Iklan tersebut seringkali menyesatkan sehingga menyebabkan orang salah mengerti dan menganggap bahwa susu formula itu lebih baik daripada atau paling kurang sama baiknya dengan ASI. Di samping itu promosi susu formula juga menggunakan petugas-petugas yang mengunjungi ibu di rumah dan membagi-bagikan contoh susu formula kepada ibu atau ke rumah bersalin atau rumah sakit. Sedangkan menurut Soelistyowati, Sutrisno, Susilo, dan Hastuti (1996) dalam Fitriasia (2002) mengemukakan bahwa banyak ibu yang menggantikan ASI dengan susu formula karena terpengaruh oleh iklan yang dilancarkan lewat pers, televisi, radio, poster-poster dan detailers, kata maupun pengalaman orang lain atau tetangga seolah-olah susu buatan sama atau lebih baik buatannya daripada Air Susu Ibu (ASI).

### **Ketersediaan Susu Formula**

Ketersediaan susu formula di lingkungan tempat tinggal serta mudah ditemui di pasaran diduga berpengaruh terhadap pemilihan jenis susu formula, hal ini dapat dilihat pada tabel 16. Pada penelitian ini, dari 59 responden yang memilih jenis susu formula SGM dan lactogen yaitu sebanyak 20 responden (33,90%) karena mudah diperoleh, sedangkan 14 responden lainnya memilih jenis susu morinaga yaitu sebanyak 8 responden (57,14%)

karena sulit diperoleh. Hubungan antara ketersediaan susu formula dengan pemilihan jenis susu formula dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut.

**Tabel 5. Hubungan Ketersediaan Susu Formula Dengan Pemilihan Susu Formula**

No	Jenis Susu Formula	Ketersediaan Susu Formula				Total		P value
		Mudah		Sulit		n	%	
		n	%	n	%			
1	SGM	20	33,90	4	28,57	24	32,9	0,011
2	Morinaga	10	16,95	8	57,14	18	24,7	
3	Dancow 1+	9	15,25	0	0	9	12,3	
4	Lactogen	20	33,90	2	14,29	22	30,1	
Total		59	100,00	14	100,00	73	100,0	

Hasil analisis statistik antara variabel ketersediaan dengan pemilihan jenis susu formula (merek) menunjukkan hasil yang signifikan (nilai  $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan antara ketersediaan susu formula dengan pemilihan jenis susu formula.

Dari hasil wawancara yang dilakukan saat penelitian, alasan yang dikemukakan oleh responden yang memilih jenis susu SGM dan lactogen selain mudah diperoleh di sekitar minimarket maupun tempat tinggal responden, harganyapun lebih murah. Sedangkan alasan yang dikemukakan responden yang memilih susu morinaga karena terpengaruh iklan serta didukung pula oleh tingkat pendapatan yang cukup, hal ini dapat dilihat pada tabel 12 dimana sebagian besar responden dengan tingkat pendapatan cukup lebih cenderung memilih susu morinaga yaitu sebesar 36,37%. Hasil penelitian diatas juga sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Ufi (2005) bahwa susu formula lebih banyak mempengaruhi keputusan ibu-ibu yang menyusui di daerah perkotaan, khususnya di kota Kupang. Dari hasil wawancara, keberadaan susu formula banyak didapati baik secara fisik maupun non fisik di sekitar lingkungan ibu menyusui, baik di klinik bersalin maupun di rumah melalui media informasi, seperti iklan di televisi, radio maupun koran.

### **Merek Susu Formula**

Untuk mengetahui jenis susu formula yang diberikan pada anaknya maka diajukan pertanyaan tentang merek susu formula apa yang banyak digunakan oleh responden. Pada penelitian ini, responden yang mempertimbangkan merek dalam pemilihan jenis susu formula sebanyak 31 responden sedangkan responden yang tidak mempertimbangkan merek sebanyak 42 responden. Responden yang mempertimbangkan merek lebih cenderung memilih jenis susu lactogen yaitu sebanyak 14 responden

(45,17%), sedangkan yang tidak mempertimbangkan merek lebih cenderung memilih jenis susu SGM yaitu sebanyak 20 responden (47,62%). Hubungan antara merek susu formula dengan pemilihan jenis susu formula dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut.

**Tabel 6. Hubungan Merek Dengan Pemilihan Susu Formula**

No	Jenis Susu Formula	Mempertimbangkan Merek				Total		P value
		Ya		Tidak		n	%	
		n	%	n	%			
1	SGM	4	12,90	20	47,62	24	32,9	0,012
2	Morinaga	9	29,03	9	21,43	18	24,7	
3	Dancow 1+	4	12,90	5	11,90	9	12,3	
4	Lactogen	14	45,17	8	19,05	22	30,1	
Total		31	100,00	42	100,00	73	100,0	

Hasil analisis statistik antara variabel merek susu formula dengan pemilihan jenis susu formula (merek) menunjukkan hasil yang signifikan (nilai  $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan antara merek susu formula dengan pemilihan susu formula. Dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa merek susu formula turut mendorong ibu dalam pemilihan susu formula. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian, dimana lebih banyak responden yang memilih merek morinaga dan lactogen dengan alasan karena kedua merek tersebut memiliki kandungan gizi yang lebih banyak dibanding merek lainnya seperti yang telah dijelaskan pada variabel tingkat pendidikan. Salah satu alasan yang dikemukakan responden yang memilih susu morinaga yakni karena susu tersebut mengandung sinbiotik + yang tidak terdapat pada merek susu lainnya. Namun apapun merek susu formula yang digunakan selama tidak menimbulkan gangguan fungsi tubuh merupakan susu yang terbaik bagi anak.

### **Kandungan Gizi**

Kandungan gizi yang terdapat dalam susu formula semuanya terdapat dalam ASI. Namun, tak semua ibu dapat mencukupi kebutuhan anaknya dengan ASI. Agar kebutuhan nutrisi anak terpenuhi, para produsen susu formula membuat produk yang komposisinya mendekati ASI, dan menambahkan elemen nutrisi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang mempertimbangkan kandungan gizi dalam memilih susu formula sebanyak 31 responden, sedangkan responden yang tidak mempertimbangkan kandungan gizi sebanyak 42 responden. Responden yang mempertimbangkan kandungan gizi lebih banyak memilih merek lactogen yaitu sebanyak 14 responden (45,17%), sedangkan responden yang tidak mempertimbangkan kandungan

gizi lebih banyak memilih susu formula merek SGM yaitu sebanyak 20 responden (47,62%). Hubungan antara kandungan gizi dengan pemilihan susu formula dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7. Hubungan Kandungan Gizi Dengan Pemilihan Susu Formula**

No	Jenis Susu Formula	Mempertimbangkan Kandungan Gizi				Total		P value
		Ya		Tidak		n	%	
		n	%	n	%			
1	SGM	4	12,90	20	47,62	24	32,9	0,012
2	Morinaga	9	29,03	9	21,43	18	24,7	
3	Dancow 1+	4	12,90	5	11,90	9	12,3	
4	Lactogen	14	45,17	8	19,05	22	30,1	
Total		31	100,00	42	100,00	73	100,0	

Hasil analisis statistik antara variabel kandungan gizi dengan pemilihan susu formula (merek) menunjukkan hubungan yang signifikan (nilai  $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan antara kandungan gizi susu formula dengan pemilihan susu formula. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa responden yang mempertimbangkan kandungan gizi dalam memilih susu formula lebih banyak membeli susu morinaga dan lactogen . Hal ini didasarkan pada pengalaman dari responden bahwa susu tersebut cocok bagi anaknya karena mengandung zat-zat gizi yang lebih banyak dibanding merek susu lainnya. Sedangkan responden yang memilih lactogen dikarenakan komposisinya sesuai dengan standar komposisi bagi bayi dan anak serta rasanya yang mendekati rasa ASI. Penggolongan susu formula berdasarkan rasa, yang mendekati ASI yaitu lactogen, vitalac, dan nutrilon; yang manis yaitu SGM dan yang rasa asam yaitu eledon tapi tidak di produksi lagi (Muchtadi, 2002). Dengan kata lain, penggunaan apapun merek susu formula yang sesuai usia anak selama tidak menimbulkan gangguan fungsi tubuh adalah susu yang terbaik untuk anak tersebut (Judarwanto, 2007).

### **Kemasan Susu Formula**

Kemasan memegang peranan penting dalam pemasaran. Dengan berkembangnya teknologi industri pangan sangat ditunjang oleh adanya terobosan-terobosan dalam teknologi pengemasan serta pengembangan bahan kemasan. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa responden yang mempertimbangkan kemasan dalam memilih susu formula sebanyak 38 responden, sedangkan yang tidak mempertimbangkan kemasan sebanyak 35 responden. Responden yang mempertimbangkan kemasan lebih banyak memilih merek SGM yaitu sebanyak 18 responden (47,37%), sedangkan yang tidak

mempertimbangkan kemasan lebih banyak memilih susu formula merek lactogen yaitu sebanyak 15 responden (42,86%). Hubungan antara kemasan dengan pemilihan susu formula dapat dilihat pada Tabel 8.

**Tabel 8. Hubungan Kemasan Dengan Pemilihan Susu Formula**

No	Jenis Susu Formula	Mempertimbangkan Kemasan				Total		P value
		Ya		Tidak		n	%	
		n	%	n	%			
1	SGM	18	47,37	6	17,14	24	32,9	0,030
2	Morinaga	9	23,68	9	25,71	18	24,7	
3	Dancow 1+	4	10,53	5	14,29	9	12,3	
4	Lactogen	7	18,42	15	42,86	22	30,1	
	Total	38	100,00	35	100,00	73	100,0	

Hasil analisis statistik antara variabel kemasan susu formula dengan pemilihan jenis susu formula (merek) menunjukkan hubungan yang signifikan ( $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan antara kemasan susu formula dengan pemilihan susu formula. Dari hasil penelitian di atas, ditemukan bahwa susu formula yang paling banyak digunakan oleh responden baik yang mempertimbangkan kemasan maupun yang tidak mempertimbangkan yakni merek SGM dan lactogen. Alasan pemilihan merek tersebut karena merek kedua susu tersebut memiliki ukuran kemasan yang bervariasi sehingga membuat konsumen menjadi lebih leluasa untuk menentukan pilihannya dalam memenuhi kebutuhan bayi maupun anaknya. Adapun ukuran kemasan yang paling banyak disukai adalah ukuran kemasan 300 gr, 600 gr, 750 gr dan 900 gr. Hal ini disebabkan karena hampir semua merek susu formula menyediakan ukuran kemasan tersebut, paling sering dan mudah di jumpai di tempat berbelanja, dan dianggap lebih murah dibandingkan membeli susu formula ukuran kecil.

### **Harga Susu Formula**

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua penjual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang mempertimbangkan harga dalam memilih susu formula sebanyak 32 responden, sedangkan yang tidak mempertimbangkan harga sebanyak 41 responden. Responden yang mempertimbangkan harga lebih banyak memilih merek SGM dan morinaga yaitu sebanyak 12 responden

(37,5%), sedangkan yang tidak mempertimbangkan harga lebih banyak memilih merek lactogen yaitu sebanyak 15 responden (36,6%). Hubungan antara harga dengan pemilihan susu formula dapat dilihat pada Tabel 9.

**Tabel 9. Hubungan Harga Dengan Pemilihan Susu Formula**

No	Jenis Susu Formula	Mempertimbangkan Harga				Total		P value
		Ya		Tidak		n	%	
		n	%	n	%			
1	SGM	12	37,5	12	29,3	24	32,9	0,025
2	Morinaga	12	37,5	6	14,6	18	24,7	
3	Dancow 1 <sup>+</sup>	1	3,13	8	19,5	9	12,3	
4	Lactogen	7	21,87	15	36,6	22	30,1	
Total		32	100,0	41	100,0	73	100,0	

Hasil analisis statistik antara variabel harga susu formula dengan pemilihan susu formula (merek) menunjukkan hubungan yang signifikan (nilai  $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan antara harga susu formula dengan pemilihan jenis susu formula. Berdasarkan hasil penelitian, kebanyakan responden yang mempertimbangkan harga dalam memilih susu formula lebih banyak memilih susu SGM dan morinaga, ini dikarenakan harga dari kedua merek susu tersebut yang relatif lebih murah yang disesuaikan dengan ukuran kemasannya sehingga memudahkan responden dalam memenuhi kebutuhan anaknya. Harga susu SGM berkisar antara Rp 6.400-7.300 per 100 gram, harga susu lactogen berkisar antara Rp 6.900-9.700 per 100 gram sedangkan harga susu morinaga Rp 23.400-21.500 dan harga susu dancow 1+ Rp 7.000-8.750.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

1. Karakteristik responden sebagian besar berada pada kelompok umur  $> 30$  tahun (53,42%) dengan tingkat pendidikan paling banyak berada pada kategori kurang (58,9%), dan rata-rata tingkat pendapatan berada pada kategori cukup (52,05%) serta sebagian besar responden mempunyai tingkat pengetahuan baik (49,32%).
2. Ada hubungan yang signifikan ( nilai  $p < 0,05$ ) antara karakteristik responden (tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan pengetahuan ibu) serta informasi mengenai susu formula (sumber informasi, ketersediaan, merek, kandungan gizi, kemasan serta harga susu formula) terhadap pemilihan susu formula.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almarita & Fallah. 2004. *Analisis Situasi Gizi Dan Kesehatan Masyarakat Dalam Prosiding WNPG VIII LIPI*. Jakarta
- Andini. 2006. *Pola Pemberian Susu Formula Dan Konsumsi Zat Gizi Anak Usia Di Bawah Dua Tahun (BADUTA) Pada Keluarga Ibu Bekerja Dan Tidak Bekerja*. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor
- Amiruddin, R., Rostia. 2006. *Skripsi: Promosi Susu Formula Menghambat Pemberian ASI Eksklusif Pada Bayi 6-11 Bulan Di Kelurahan Pa'baeng-Baeng Makassar*. Bagian epidemiologi FKM Unhas
- Baskoro, A. 2008. *ASI Panduan Praktik Ibu Menyusui*. Jogjakarta: Banyu Medi
- Berg, 1986. *Peranan Gizi Dalam Pembangunan Nasional*. Jakarta : Rajawali
- Dahlan, 2009. *Pentingnya Manajemen Kas, Manfaat Ekuitas Merek, Pengertian Merek*. <http://dahlanforum.wordpress.com/2009/07/07/pengertian-merk/>
- Dasar-dasar susu formula bagi bayi, 20/06/2006. [www.sehatgroup.web.id](http://www.sehatgroup.web.id)
- Definisi/Pengertian Harga, Tujuan & Metode Pendekatan Penetapan Harga - Manajemen Pemasaran*. Fri, 09/05/2008 - 1:15am — godam64. <http://organisasi.org/definisi-pengertian-harga-tujuan-metode-pendekatan-penetapan-harga-manajemen-pemasaran>
- Ernawanti. 2004. *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Pemilihan Susu Formula + (AA dan DHA) Oleh Ibu Yang Memiliki Balita Di Kecamatan Medan Johor*. Skripsi FKM Universitas Sumatera Utara
- Esterik, P. Van. 1990. *Di balik kontroversi ASI-Susu Formula*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Fitrisia. 2002. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ibu Dalam Pemberian Susu Formula Pada Bayi Usia 0-12 Bulan*. Skripsi Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor
- Jackie, Ambador dkk. 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta : Yayasan Bina Karsa Mandiri
- Judarwanto, Dr Widodo SpA. 2007. *Artikel: Pemilihan Susu Formula Terbaik bagi Anak*. <http://www.hypno-birthing.web.id/?p=158>
- Kian, Marty Oktavia. 2009. *Kajian Lama Pemberian ASI Eksklusif Pada Kelompok Ibu Pekerja Dan Tidak Bekerja Di Kec. Kota Soe Kab. TTS Tahun 2008*. Kupang : Skripsi FKM UNDANA
- Madanijah, S. 2003. *Model Pendidikan "Keluarga Sehat" Bagi Ibu Serta Dampaknya Terhadap Perilaku Ibu, Lingkungan Pembelajaran, Konsumsi Pangan Dan Status Gizi Anak Usia Dini*, Skripsi IPB Bogor
- Mccall, B. Robert and Pomeranz Virginia. 2000. *Perkembangan Anak Anda di Tahun Pertama*. Jakarta : Handal Niaga Pustaka.
- Mengenai kandungan gizi dalam susu formula anak*. [www.conictique.com/artikel.php](http://www.conictique.com/artikel.php) diakses tanggal 8 Desember
- Moehji. 2003. *Ilmu Gizi 2*. Jakarta :Papas Sinar Sinanti
- Muchtadi, D. 2002. *Gizi Untuk Bayi : ASI, Susu Formula, dan Makanan Tambahan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Notoatmodjo, S. 2005. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- . 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Satoto. 1990. *Pertumbuhan Dan Perkembangan Anak*. Undip Semarang
- Seto, Sagung. 2001. *Pangan dan Gizi, Ilmu, Teknologi, Industri dan Perdagangan*. Jurusan Teknologi Pangan Dan Gizi, Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor

- Siregar, Arifin. 2004. *Pemberian ASI Eksklusif dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Bagian Gizi Kesehatan Masyarakat, Skripsi Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Sumatra Utara
- Soetjiningsih, 1997. *ASI Petunjuk Untuk Tenaga Kesehatan, Seri Gizi Klinik*. Jakarta : EGC
- Suraatmaja, 1997. *Aspek Gizi Air Susu Ibu*. Dalam Soetjiningsih, Seri Gizi Klinis. Jakarta : EGC.
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Ufi, Sherwin. 2005. *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Pemberian ASI Eksklusif Oleh Ibu Yang Bersalin Di Klinik Bersalin Mamami Kota Kupang*. Kupang : Skripsi FKM UNDANA
- Wahyu. 2005. *Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pemilihan Ukuran Kemasan Produk Susu*. Skripsi Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada
- Zainal, dr. Henny. *Petisi UU perlindungan bagi ibu menyusui dan anak menyusu ASI*. [www.lintasberita.com./nasional/politik](http://www.lintasberita.com./nasional/politik)