

**JUMLAH KONSUMSI SUSU SEGAR PELANGGAN DENGAN TINGKAT
PENDAPATAN BERBEDA**

Hartatik
Akademi Peternakan Brahmputra

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah jumlah konsumsi susu segar dipengaruhi oleh tingkat pendapatan konsumen. Dilakukan survey terhadap pelanggan susu segar sebanyak 45 responden, yang kemudian dikelompokkan menjadi tiga kelompok berdasarkan jumlah pendapatannya. Kelompok I terdiri dari 11 pelanggan (< Rp 500.000,-), kelompok II terdiri dari 19 pelanggan (Rp 500.000,- s/d Rp 1.000.000,-) dan kelompok III terdiri dari 15 pelanggan (> Rp 1.000.000,-). Parameter yang diamati adalah jumlah pendapatan, jumlah anggota keluarga, jumlah konsumsi susu segar dan tujuan konsumsi susu segar. Jumlah konsumsi susu segar dianalisis dengan analisis variansi dan data lain dianalisis secara deskripsi. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa jumlah konsumsi susu segar kelompok I (16,18 liter/bulan), II (17,68 liter/bulan) dan III (19,33 liter/bulan) tidak berbeda nyata. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa jumlah konsumsi susu segar pelanggan tidak dipengaruhi oleh pendapatan.

Kata kunci : Jumlah konsumsi, jumlah pendapatan, susu segar.

PENDAHULUAN

Menurut Mubyarto (1984) konsumen yang menjadi lebih kaya karena naik pendapatannya, maka daya belinya naik dan ia akan membeli barang-barang konsumsi lebih banyak. Siapapun akan merasakan bahwa dia akan dibatasi untuk membeli sesuatu berdasarkan penghasilannya. Ada beberapa kriteria yang berhubungan dengan penghasilan tersebut, diantaranya sebagai berikut : (1) bertambahnya penghasilan akan menyebabkan pembelian terhadap sesuatu barang berkurang. Ini berlaku untuk barang atau makanan yang akrab dengan kemiskinan, (2) bertambahnya penghasilan tidak selalu akan menyebabkan pertambahan permintaan barang tersebut. Walaupun

konsumen sudah semakin kaya tetap saja permintaan atas sesuatu barang akan tetap. Ini berlaku untuk makanan rutin harian, (3) bertambahnya penghasilan akan menyebabkan permintaan barang atau produk bertambah. Hal ini diutamakan untuk produk bergengsi yang bukan rutin. Walaupun demikian kenaikan permintaan itu tidak selalu sama dengan kenaikan penghasilan tergantung pada elastisitas penghasilan (Rasyaf, 1996).

Elastisitas permintaan (konsumsi) susu segar dan olahan di pedesaan dan perkotaan adalah 1,71. Sedangkan terhadap pengeluaran total (pengeluaran untuk konsumsi pangan dan non pangan), elastisitas konsumsi susu segar dan olahan 1,18.

Berdasarkan angka elastisitas ini, maka jika terjadi peningkatan pendapatan (pengeluaran) masyarakat untuk konsumsi 1% konsumsi susu akan meningkat lebih dari 1%. Hal ini menggambarkan bahwa permintaan susu segar olahan dalam negeri sangat elastis dan pasar domestik memiliki prospek yang cerah (Anonimus,2005).

Suherman (2001) melaporkan bahwa meningkatnya permintaan susu antara lain ditentukan oleh tingkat pendapatan, dengan membaiknya tingkat pendapatan maka konsumsi susu menunjukkan peningkatan. Jumlah konsumen yang memilih susu yang diawetkan lebih banyak dan berbeda nyata dengan yang memilih susu segar. Menurut Budianta (2007) , konsumen susu di Indonesia 60% membeli susu bubuk, 35% susu kental manis dan hanya 5% susu segar, padahal mestinya terbalik, konsumen susu segar perlu lebih besar.

Dalam menghadapi era globalisasi pemerintah berusaha menggalakan konsumsi susu segar (Anonimus, 2000), kebiasaan minum susu segar diharapkan dapat mengurangi ketergantungan konsumen dalam negeri terhadap susu olahan yang bahannya sebagian besar masih dari luar negeri. Menurut beberapa konsumen susu segar mempunyai keunggulan antara lain susu segar mengandung gizi yang masih murni dan alami, serta lebih murah dari susu olahan (Hartatik, 2001). Penelitian ini bertujuan

untuk mengetahui apakah jumlah konsumsi susu segar juga dipengaruhi oleh tingkat pendapatan konsumen.

MATERI DAN METODE

Materi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 45 pelanggan susu segar yang dipilih secara *purposive convinience sampling*, yaitu pengambilan sampel yang bersifat tidak acak dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu serta yang paling mudah ditemui dan dimintai keterangan.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode survai. Survai ditentukan di kabupaten Bantul 15 pelanggan, kabupaten Sleman 15 pelanggan dan kotamadya Yogyakarta 15 pelanggan. Pengambilan data menggunakan teknik wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Parameter yang diamati meliputi : jumlah pendapatan, jumlah keluarga, jumlah konsumsi susu segar dan tujuan mengkonsumsi susu segar.

Data yang diperoleh dari kuesioner kemudian ditanulasi dan dianalisis untuk dihitung besarnya konsumsi susu segar (liter/bulan). Jumlah pendapatan per bulan dibedakan menjadi 3 kelompok yaitu kelompok I (< Rp 500.000,00), kelompok II (Rp 500.000,00 s/d Rp 1.000.000,00) dan kelompok III (> Rp 1.000.000,00). Perbedaan

konsumsi susu segar antar kelompok I, II dan III diuji dengan analisis variansi. Data yang lain dianalisis secara deskripsi.

DATA DAN PEMBAHASAN

Jumlah pendapatan dan jumlah anggota keluarga

Dari 45 pelanggan susu segar yang menjadi responden dalam penelitian ini 11 pelanggan mempunyai pendapatan kurang dari Rp 500.000,- per bulan (kelompok I), 19 pelanggan mempunyai jumlah pendapatan Rp 500.000,- s/d Rp 1.000.000,- per bulan

(kelompok II) dan 15 pelanggan dengan pendapatan lebih dari Rp 1.000.000,- per bulan (kelompok III). Jumlah pelanggan dengan pendapatan paling kecil (kurang dari Rp 500.000,-) dalam penelitian ini jumlahnya paling sedikit dibanding pelanggan dengan pendapatan lebih banyak. Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Maksim (2004), bahwa kendala keberlanjutan persusuan pada hakekatnya adalah keterbatasan daya beli publik, yang harus diselesaikan dengan pembenahan pendapatan.

Tabel 1. Jumlah anggota keluarga pelanggan dengan jumlah pendapatan berbeda

Kelompok (pendapatan)	Jumlah anggota keluarga	Anggota keluarga yang mengkonsumsi
Kelompok I (<Rp 500.000,-)	4,90	3,09
Kelompok II (Rp 500.000,- Rp 1.000.000,-)	4,16	2,63
Kelompok II (>Rp 1.000.000,-)	4,53	2,67

Rata-rata jumlah anggota keluarga pelanggan dan jumlah anggota keluarga yang mengkonsumsi susu segar dalam penelitian ini seperti terlihat pada Tabel 1. Rata-rata jumlah anggota keluarga antara kelompok I (4,9 orang), kelompok II (4,16 orang) dan

kelompok III (4,56 orang) tidak jauh berbeda. Namun rata-rata jumlah anggota keluarga yang mengkonsumsi susu segar kelompok I (3,09) cenderung lebih tinggi dari kelompok II (2,63) dan kelompok 3 III(2,67).

Tabel 2. Rerata jmlah konsumsi susu segar kelompok I, II dan III

Jumlah pendapatan	Jumlah konsumsi susu (liter/bulan)
Kelompok I (<Rp 500.000,-)	16,18
Kelompok II (Rp 500.000,-s/d Rp 1.000.000,-)	17,68
Kelompok III (>Rp 1.000.000,-)	19,33

Jumlah konsumsi susu segar

Jumlah konsumsi susu segar pelanggan dengan jumlah pendapatan berbeda seperti terlihat pada Tabel 2. Pelanggan pada kelompok I, II dan III adalah konsumen yang secara rutin membeli susu segar untuk konsumsi keluarga. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa rata-rata jumlah konsumsi susu segar kelompok I (16,18 liter/bulan), kelompok II (17,68 liter/bulan) dan kelompok III (19,33 liter/bulan) tidak berbeda nyata. Hasil tersebut mendukung pendapat Rasyaf (1996) bahwa permintaan (Budianta, 2007).

Tabel 3. Jumlah konsumen dengan tujuan mengkonsumsi susu segar yang berbeda

Macam tujuan	Jumlah konsumen	Persentase
Untuk kesehatan	30	68,8
Melengkapi gizi	9	20
Penyembuhan	3	6,7
Berhemat	2	4,5
Jumlah total	45	100

Tujuan konsumsi susu segar

Tujuan konsumen susu segar pada penelitian ini tidak dibedakan berdasarkan jumlah pendapatan seperti pada tabel 3. Paling banyak konsumen susu segar mengkonsumsi susu segar bertujuan untuk menjaga kesehatan (30 responden atau 68,8%). Dan paling sedikit bertujuan untuk berhemat (2 orang atau 4,5%), sehingga dapat diasumsikan bahwa tujuan

barang yang sudah merupakan kebutuhan rutin tidak dipengaruhi oleh peningkatan pendapatan.

Berdasarkan jumlah anggota keluarga yang mengkonsumsi susu segar didapatkan jumlah konsumsi susu segar kelompok I : 66,36 liter/kapita/tahun, kelompok II : 85,13 liter/kapita/tahun dan kelompok III : 85,44 liter/kapita/tahun.

Konsumsi tersebut lebih besar dari rata-rata konsumsi nasional yang kurang dari 8 liter/kapita/tahun dan juga lebih besar rata-rata konsumsi susu dunia sebesar 40 liter/kapita/tahun

mengkonsumsi susu segar tidak berkaitan dengan jumlah pendapatan.

KESIMPULAN

Jumlah konsumsi susu segar pelanggan susu segar tidak dipengaruhi oleh jumlah pendapatan, namun jumlah pelanggan yang paling kecil adalah pelanggan dengan jumlah pendapatan rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimus, 2000, *Gerakan Minum Susu*, Dirjen Produksi Peternakan, Departemen Pertanian dan Kehutanan, Jakarta.
- Anonimus, 2005, *Investasi Agribisnis Komoditas Unggulan Peternakan*, Cet VII, Kanisius, Yogyakarta.
- Budianta, E. 2007. *Susu untuk Merdeka*, *Majalah Trubus*, Edisi Agustus 2007.
- Hartatik, 2001. *Keunggulan Susu Segar Menurut Konsumen di Bantul dan Sleman*, Yogyakarta, *Laporan Penelitian*, Kopertis Wilayah V DIY.
- Mubyarto, 1984. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Cetakan ke VI LP3ES, Jakarta.
- Suherman, D. 2001. *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Kekayaan, dan Pengeluaran Rumah Tangga Terhadap Kuantitas dan Jenis Susu Yang Dikonsumsi*, Makalah : *Seminar Nasional Produk Pangan Hasil Ternak* , Dies Natalis ke 32 Fakultas Peternakan, UGM, Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1996. *Memasarkan Hasil Peternakan*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Maksum, M. 2004, *Membangun Keadilan Tata Niaga Persusuan Indonesia Melalui Revitalisasi Struktur* Makalah pada : *Lokakarya Persusuan Nasional Dalam Rangka Lustrum ke VII*. Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.