

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kota Padang adalah kota terbesar di pantai barat pulau Sumatera sekaligus ibukota dari provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Kota ini merupakan pintu gerbang barat Indonesia dari Samudra Hindia. Padang memiliki wilayah seluas 1414.96 km<sup>2</sup> dengan luas daratan 694,96 km<sup>2</sup> dan luas lautan 720.00 km<sup>2</sup>, kondisi geografi berbatasan dengan laut dan dikelilingi perbukitan dengan ketinggian mencapai 1.853 mdpl. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Padang 2014, pada tahun 2013 kota ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 876.678 jiwa. Kota ini menempatkan sektor industri, perdagangan dan jasa sebagai andalan dibandingkan sektor pertanian dan peternakan dalam mendorong perekonomian masyarakatnya. Hal ini terjadi karena transformasi ekonomi kota cenderung mengubah lahan pertanian menjadi kawasan industri. Walaupun di sisi lain industri pengolahan di kota ini memberikan lapangan pekerjaan yang cukup berarti.

Dengan meningkatnya status ekonomi dan jumlah penduduk di Kota Padang mengakibatkan pola permintaan produk makanan dan minuman berpindah dari segi kuantitas ke segi kualitas. Perpindahan ini ditandai dengan tidak meningkatnya konsumsi susu, ini dapat dilihat dengan naik turunnya konsumsi susu di Kota Padang dari tahun ke tahun. Dinas Pertanian, Peternakan dan Kehutanan Kota Padang (2014) konsumsi susu di Kota Padang berturut-turut dari tahun 2011 sampai 2013 adalah 0,03; 0,01 dan 0,03 kg/kapita/tahun. Wiriaatmadja (1986) mengatakan masyarakat kota lebih cepat, bebas dan mudah bergerak, lebih cepat menerima sesuatu yang baru. Lebih lekas menerima mode dan kebiasaan

yang baru, ini ditandai dengan kebiasaan masyarakat kota dalam menggunakan suatu produk yang baru (khususnya susu) cenderung lebih tinggi dibandingkan masyarakat desa.

Menurut Soeparno (1996) Susu merupakan salah satu hasil produk peternakan yang digunakan sebagai sumber kebutuhan pangan yang memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi seperti : air, protein, lemak, mineral dan vitamin. Ditambahkan oleh Departemen Kesehatan RI (2003) dalam (Susanti, 2007) masyarakat dianjurkan untuk mengkonsumsi segelas susu sehari terutama untuk anak-anak yang berumur 1 – 15 tahun dan umur 50 – 64 tahun, sedangkan yang berumur 65 tahun keatas dianjurkan meminum susu rendah lemak.

Saat ini produsen makanan dan minuman khususnya susu sudah semakin banyak mengeluarkan produk-produk yang ditandai dengan semakin banyaknya produk susu yang ditawarkan pada masyarakat. Salah satu produk susu yang ditawarkan adalah susu bubuk, Sugitha dan Widarta (2012) mengatakan susu bubuk yaitu susu olahan yang kadar airnya dihilangkan dengan pemanasan sehingga paling banyak mengandung 3% kadar air. Marcopolo adalah orang pertama yang menemukan bahwa orang-orang Mongolia memanaskan susu, memisahkan krimnya dan mengeringkan sisanya (skim) dengan sinar matahari menjadi susu bubuk skim.

Susu bubuk dianggap tidak mudah rusak atau sama dengan makanan-makanan kering lainnya karena sedikitnya kandungan air (bakteri sangat cepat berkembang biak pada makanan yang basah). Susu bubuk ini ditujukan untuk pemenuhan gizi 4 sehat 5 sempurna, karena susu ini lebih banyak digunakan oleh konsumen individu, terutama bagi anak-anak dalam masa pertumbuhan. Umur

penyimpanan susu bubuk adalah dua tahun dengan penanganan yang baik dan benar, selain itu dalam hal rasa susu bubuk lebih enak dari pada susu segar.

Banyaknya promosi yang digalakkan oleh produsen susu bubuk dengan menonjolkan berbagai macam kelebihan produknya memicu konsumen untuk mengkonsumsi susu bubuk. Akan tetapi sebenarnya susu bubuk memiliki kelemahan dibandingkan susu cair. Kelemahan yang sangat terlihat adalah mengenai harga, harga susu bubuk relatif lebih mahal dari pada susu segar. Beberapa jenis merek susu bubuk yang dijual di swalayan-swalayan Kota Padang antara lain : *Frisian Flag, Dancow, Milo, Indomilk, L Men dan lain-lain.*

Dalam kegiatan pemasaran, faktor pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian terhadap suatu produk berbeda-beda. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain karakteristik pembelian konsumen dan atribut bauran pemasaran. Berdasarkan uraian diatas perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Faktor Pertimbangan Konsumen Dalam Pembelian Susu Bubuk di Kota Padang“**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana karakteristik pembelian konsumen dalam pembelian susu bubuk di Kota Padang.
2. Apa atribut bauran pemasaran yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian susu bubuk di Kota Padang.

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana karakteristik pembelian konsumen dalam pembelian susu bubuk di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui atribut bauran pemasaran yang dipertimbangkan konsumen individu dalam pengambilan keputusan pembelian susu bubuk di Kota Padang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi tentang faktor pertimbangan konsumen dalam pembelian susu bubuk di Kota Padang.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi susu bubuk di Kota Padang.
3. Memberikan informasi yang berguna untuk meningkatkan pemasaran susu bubuk di Kota Padang.

