

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Budaya minum susu di Indonesia secara tidak langsung diperkenalkan oleh para penjajah Belanda ketika mereka menjajah bangsa Indonesia. Pada masa itu kita sebagai bangsa yang dijajah, serba kekurangan dan miskin menganggap bahwa susu adalah jenis minuman mewah dan istimewa yang tidak mungkin dicicipi rasanya. Tetapi akhirnya susu dapat dikenal oleh bangsa Indonesia, berkat Profesor Poorwo Sudarmo ( Bapak Gizi Indonesia ) yang pada tahun 1950-an mencetuskan empat sehat lima sempurna dengan menempatkan susu pada urutan terakhir. Karena ada kata sempurna, maka seolah – olah susu adalah penyempurna makanan kita sehari – hari. ( Anonim, 2006 )

Pentingnya susu bagi kesehatan manusia pastilah sudah diketahui betul. Tetapi ternyata hal tersebut tidak terjadi di Negara Indonesia karena muncul sebuah fakta yang mengejutkan bahwa Negara Indonesia yang bercita – citakan akan segera tinggal landas dan bersaing dengan negara – negara di Asia, memiliki angka konsumsi susu yang sangat rendah, terutama konsumsi susu cair yaitu sekitar 2 gelas / orang / bulan. Jadi rata – rata setiap hari orang Indonesia minum 2 – 3 sendok susu, padahal standar idealnya setiap orang harus minum susu 2 gelas / orang / hari atau sama dengan 20 gelas susu / bulan. ( Heiko Sch, Manager Marketing PT Nestle Indonesia, 2006 )

Bila mencermati kejadian tersebut, tentu saja kita bertanya – tanya mengapa susu yang merupakan makanan bergizi hanya dipandang sebelah mata oleh masyarakat Indonesia yang sudah tergolong modern saat ini ? Ternyata hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya :

- Susu masih dianggap sebagai barang luks yang mahal harganya. Mahalnya harga susu disebabkan karena sistem peternakan sapi perah di Indonesia yang belum efisien. Hal ini terjadi karena sapi perah yang ada di Indonesia sebenarnya berasal dari negara – negara subtropis, sehingga ketika harus berproduksi di negara tropis seperti Indonesia susu yang dihasilkan tidak sebanyak seperti di negara asalnya. Selain itu karena pemenuhan permintaan akan susu tidak cukup oleh hasil produksi dalam negeri sehingga kekurangannya dipenuhi dengan cara mengimpor dari negara lain. ( Ali Khomsan, 2003 )
- Banyaknya orang – orang yang takut dengan masalah lactose intolerance. Pada saat usia bayi dan anak – anak tubuh manusia menghasilkan enzim lactase dalam jumlah cukup banyak sehingga ketika mengkonsumsi susu maka dapat dicerna dengan baik oleh organ tubuh. Namun ketika menginjak dewasa keberadaan enzim lactase di dalam tubuh manusia semakin lama semakin menurun dan mengakibatkan diare. ( Thomas Dharmawan, 2003 )

Susu sendiri sebenarnya merupakan minuman yang mengandung banyak manfaat bagi tubuh kita. Beberapa manfaat susu bagi tubuh kita adalah :

- Sumber kalsium utama bagi tubuh manusia karena fungsi kalsium bagi tubuh manusia adalah membantu pertumbuhan tulang dan gigi serta menjaganya, membantu produksi enzim dan hormon, membantu sistem pembekuan darah, kontraksi otot, menjaga kelangsungan dan regenerasi sel dan jaringan tubuh manusia. Dan terlebih penting susu berperan penting untuk mencegah masalah osteoporosis ( keropos tulang ). Dengan meminum susu sejak dini akan membuat tulang kuat sehingga ketika memasuki usia manula akan terhindar dari penyakit osteoporosis. ( Ali Khomsan, 2003 )
- Selain itu, susu juga bermanfaat untuk mengoptimalkan produksi melatonin. Melatonin adalah hormon yang dihasilkan oleh kelenjar pineal pada waktu malam dan kehadirannya akan membuat kita mengantuk sehingga menjadikan tubuh dapat beristirahat dengan baik ( Ali Khomsan, 2003 )
- Susu juga memiliki kemampuan untuk mengikat logam – logam berat yang banyak bertebaran di sekitar lingkungan kita akibat polusi. ( Ali Khomsan, 2003 )
- Dan terakhir susu sangat bermanfaat bagi para balita agar terhindar dari penyakit busung lapar dan kekurangan gizi. ( Ali Khomsan, 2003 )

Kesadaran akan pentingnya manfaat susu bagi tubuh manusia membuat permintaan akan kebutuhan produk susu di pasaran meningkat. Pada awalnya kebutuhan akan susu dipenuhi dengan mengkonsumsi secara langsung susu segar yaitu susu yang berasal langsung dari susu sapi, susu kerbau, susu kambing atau

susu domba yang sehat dan tidak tercampur dengan kolostrum. Pengolahan susu segar itu sendiri masih menggunakan metode yang sederhana dan memiliki waktu simpan yang lebih pendek sehingga tidak tahan lama. ( Nuri Andarwulan, 2002 )

Berangkat dari kekurangan tersebut, maka mulai bermunculanlah industri susu di tanah air. Industri – industri susu ini tetap mengambil bahan dasar susu dari susu segar yaitu langsung dari hewan, namun dalam proses pengolahannya tidak menggunakan metode sederhana lagi tetapi dibantu oleh mesin – mesin canggih berteknologi tinggi untuk menghasilkan susu yang lebih baik dan berkualitas. Salah satunya susu UHT ( Ultra High Temperature ) yaitu susu yang diklaim sebagai salah satu jenis susu yang steril, higienis dan tahan lama. Ternyata dalam realisasinya, hasil produksi susu dari dalam negeri tidak mencukupi permintaan pasar yang ada. Hal ini terbukti dari data BPS tahun 1998 yang menunjukkan bahwa permintaan susu di Indonesia dipenuhi dari produksi dalam negeri dan sebagian dari luar negeri dengan cara mengimpornya. Dan ini juga menjadi salah satu faktor pelengkap yang membuat harga susu di Indonesia menjadi mahal.

Berikut ini adalah data dari beberapa negara yang mengimpor produk susunya ke Indonesia :

**Tabel 1.1**

**Negara Pengimpor Susu Ke Indonesia**

Negara Pengimpor	Tahun	Jumlah Impor / Tahun ( Ton )
1. Australia	1998	11,433
	1999	13,913
2. Selandia Baru	1998	14,449
	1999	14,449
3. Amerika Serikat	1998	2,265
	1999	6,125

Sumber : BPS Tahun 1998

Perkembangan teknologi ternyata membuat banyak kemajuan pada industri susu di Indonesia, karena sekarang setiap industri susu tidak hanya menghasilkan satu jenis macam susu saja, tetapi bermacam – macam diantaranya susu bubuk ( powder ), susu kental manis dan susu cair dalam kemasan yang langsung siap minum. Dengan rasa yang bervariasi mulai dari rasa tawar), coklat, strawberry, vanilla, mocha, dan banyak lainnya lagi. Dan dikemas dengan kemasan yang beragam pula mulai dari dus karton, kaleng, cup, botol plastik dan kemasan bantal. ( Anonim, 2006 )

Diantara ketiga jenis susu tersebut, susu cair menjadi salah satu jenis susu yang paling banyak diminati oleh masyarakat, mulai dari anak – anak sampai orang dewasa. Hal ini disebabkan karena susu cair sangat mudah didapatkan dimana saja, memiliki sangat banyak varian rasa, harganya terjangkau dengan ukuran kemasan yang sangat banyak pilihan juga dan yang terpenting susu cair

sangat mudah dikonsumsi dimana saja dan kapan saja. Cepat, praktis dan instant.  
( Anonim, 2006 )

Beragamnya hasil produksi susu cair dari berbagai industri susu dalam dan luar negeri saat ini telah membanjiri pasaran di Indonesia. Kini, berpuluh – puluh merek susu cair menghiasi setiap rak – rak di supermarket, toko bahkan di kios dan warung – warung yang berada di pinggir jalan. Karena setiap industri susu tidak hanya menghasilkan satu jenis merek susu saja tetapi banyak sekali, dengan tujuan untuk memberikan pilihan merek susu yang lebih banyak lagi kepada konsumen. Namun tidak jarang karena hal tersebut suatu industri meniru produk industri lainnya yang telah terlebih dahulu sukses di pasaran. Sehingga banyak produk sejenis yang mempunyai kemiripan bentuk yang pada akhirnya membuat konsumen bingung untuk membeli produk yang tersedia. Oleh karena itu para produsen susu terutama susu cair dalam kemasan perlu memberikan merek ( brand ) pada setiap produk hasil produksinya agar produknya mudah dikenali dan diidentifikasi oleh para konsumennya ( David Ongko, 2000 )

Merek ( brand ) sebenarnya merupakan janji produsen untuk secara konsisten memberikan feature, manfaat dan jasa tertentu kepada para konsumennya. Merek diyakini dapat memberikan jaminan kepada setiap konsumennya, bahwa jika mereka melakukan pembelian ulang maka konsumen akan mendapatkan kualitas yang sama seperti ketika pertama kali mereka membelinya sehingga pada akhirnya dapat membentuk brand image dari produk itu sendiri. Sehingga sikap loyal akan terbentuk dengan sendirinya dari dalam diri konsumen terhadap produk tersebut. ( David Ongko, 2000 )

Untuk dapat bersaing di pasar produk susu cair dengan berbagai merek yang ditawarkan dan dapat memenangkan persaingan tersebut maka sebuah merek harus memiliki kekuatan merek. Seperti yang dikatakan oleh Knapp bahwa kekuatan merek dapat dibangun melalui diferensiasi dan relevansi. Ini berarti suatu merek perlu ada perbedaan dari produk lain yang sama dan relevan bagi kehidupan para konsumen. Diferensiasi merupakan salah satu langkah pertama jika suatu merek ingin menembus pasar dan menempati suatu posisi khusus di pikiran dan benak konsumen ( Knapp, 2001 : 15 )

Mengelola dan mengembangkan merek lebih bermakna daripada sekedar produk. Karena sebenarnya sebuah produk hanya menjelaskan atribut fisik berikut dimensinya, sehingga tidak lebih dari komoditi yang dapat dipertukarkan. Sedangkan merek lebih daripada itu karena dapat menjelaskan emosi serta hubungan secara spesifik dengan pelanggannya. Merek mengandung nilai – nilai yang bersifat intangible, emosional, keyakinan, harapan serta sarat dengan persepsi pelanggan ( Rangkuti, 2002 :xi )

Penciptaan merek ( branding ) bukan hanya mengenai berada di mana – mana ( ubiquitas ), visibilitas, dan fungsi. Namun mengenai penciptaan ikatan emosional dengan masyarakat dalam kehidupan mereka sehari – hari. Karena sebuah produk atau jasa memenuhi kualifikasi sebagai merek jika dapat memicu sebuah dialog emosional dengan para konsumennya. Karena perlu disadari bahwa dalam era persaingan dewasa ini peranan merek bukan lagi sekedar sebuah nama saja ataupun sebagai pembeda dengan produk – produk pesaing tetapi sudah mutlak menjadi salah satu faktor dalam keunggulan bersaing. Dari latar belakang

tersebut maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul Kinerja Merek Susu Cair Dalam Kemasan Di Cimahi.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam keadaan pasar yang penuh persaingan maka kekuatan dan kinerja merek menjadi sangat penting, karenanya masalah yang ingin diketahui oleh penulis adalah :

1. Bagaimana kinerja merek susu cair dalam kemasan di kota Cimahi ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja merek – merek susu cair dalam kemasan di wilayah kota Cimahi.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan data dan informasi yang diperoleh dari penelitian ini bagi penulis adalah :

1. Kegunaan teoritis yaitu untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai merek.
2. Kegunaan praktis yaitu menambah informasi mengenai kinerja merek susu dalam kemasan di wilayah kota Cimahi