

**PEMILIHAN JENIS SUSU FORMULA OLEH IBU BALITA DI WILAYAH KERJA
PUSKESMAS MATTOMBONG KABUPATEN PINRANG**

*Selection of Formula Milk Types by Mother Toddlers in The Work Area Puskesmas
Mattombong Kabupaten Pinrang*

Rahmatullah*, Andi Nuddin, Fitriani Umar

Program Studi Kesehatan Masyarakat Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Parepare

*(Email: rahmatullah923@yahoo.com)

ABSTRAK

Seiring bertambahnya waktu pemberian susu formula meningkat. Berdasarkan perkembangan pasar, penyumbang utama pertumbuhan bisnis susu formula secara global, Indonesia bahkan tercatat sebagai negara dengan konsumsi susu formula terbanyak kedua setelah China. Susu formula adalah susu yang sesuai dan bisa diterima sistem tubuh bayi. Susu formula yang baik tidak menimbulkan gangguan saluran cerna seperti diare, muntah atau kesulitan buang air besar. Gangguan lainnya seperti batuk, sesak, dan gangguan kulit. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemilihan jenis susu formula oleh ibu balita di wilayah kerja puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode analitik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Cross Sectional Study*. dimana sampel dalam penelitian ini sebanyak 88 orang. Data dianalisis secara univariat dan bivariat menggunakan uji statistik *Chi Square* melalui SPSS Versi 24. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh Kandungan Gizi (0,000), Harga (0,000), dan pendapatan terhadap pemilihan jenis susu formula dan tidak ada pengaruh iklan, dan tingkat pengetahuan terhadap pemilihan jenis susu formula oleh ibu balita di wilayah kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang. Di harapkan kepada Puskesmas lebih banyak memberikan informasi penyuluhan tentang susu formula kepada ibu-ibu khususnya ibu balita.

Kata Kunci: Susu formula, kandungan gizi, harga, iklan, pendapatan dan pengetahuan

ABSTRACT

As time increases, formula feeding increases. Based on market developments, a major contributor to the growth of the formula milk business globally, Indonesia was even listed as the country with the second highest consumption of formula milk after China. Formula milk is milk that is suitable and acceptable for the baby's body system. Good formula milk does not cause gastrointestinal disorders such as diarrhea, vomiting or difficulty defecating. Other disorders such as coughing, tightness, and skin disorders. The purpose of this study was to determine the selection of formula milk by mothers of children under five in the work area of the Mattombong Community Health Center in Pinrang Regency. The type of research used is the analytical sampling method carried out by the Cross Sectional Study method. where the sample in this study were 88 people. Data were analyzed by univariate and bivariate using Chi Square statistical test through SPSS Version 24. The results showed that there was an effect of Nutrition (0,000), Price (0,000), and income on the selection of formula milk and no advertising influence, and the level of knowledge on the selection of formula milk by mothers of infants in the work area of Mattombong HealthCenter in Pinrang Regency. The suggestion is that the Puskesmas provide more information about counseling about formula milk to mothers, especially mothers of children under five.

Keywords: Formula milk, nutrition, prices, advertisements, revenue and knowledge

PENDAHULUAN

Kemajuan suatu bangsa dipengaruhi dan ditentukan oleh tingkat kesehatan masyarakatnya dimana salah satu indikator dari tingkat kesehatan tersebut ditentukan oleh status gizi. Kesehatan dan gizi merupakan faktor yang penting karena secara langsung berpengaruh terhadap kualitas sumber daya manusia. Kualitas sumber daya manusia ditentukan oleh kecukupan zat gizi yang diperoleh dari makanan yang dikonsumsi sejak masa bayi dan balita. Pada masa bayi dan balita pertumbuhan serta perkembangan berlangsung sangat cepat. Pada masa bayi pertumbuhan otak telah mencapai 90%.¹

Menurut data *WHO (World Health Organization)* (2016), cakupan ASI eksklusif di seluruh dunia hanya sekitar 36% selama periode 2007-2014. Berdasarkan hasil *Riskesdas* (2012), cakupan pemberian ASI eksklusif di Indonesia sebesar 54,3%, dimana persentase tertinggi terdapat di Provinsi NTB sebesar 79,7% dan terendah di Provinsi Maluku sebesar 25,2%.² Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Tahun 2016 jumlah bayi Di Sulawesi Selatan yang diberi ASI Eksklusif sebanyak 38,5%.³

Data yang diperoleh dari Profil Dinas Kesehatan Kota Pinrang tahun 2016. kecamatan yang cakupan ASI Eksklusif nya rendah yaitu kecamatan Lembang dengan 41,5% dan kecamatan Sawitto 45,0%. Cakupan ASI Eksklusif nya sedang yaitu kecamatan Cempa

dengan 55,9% dan kecamatan Mattiro Sompe 65,5% dan cakupan ASI Eksklusifnya tinggi yaitu kecamatan Lanrisang dengan 87,8%.⁴

Air Susu Ibu (ASI) merupakan makanan yang baik untuk bayi terutama pada bulan-bulan pertama, sebab ASI tidak hanya mengandung semua zat gizi untuk membangun dan penyediaan energi dalam susunan yang diperlukan tetapi juga mengandung zat kekebalan yang dibutuhkan bayi untuk menjaga kesehatan tubuhnya.¹ ASI dapat memenuhi kebutuhan zat gizi bayi sampai usia 4 bulan.⁵ Pudjiaji (2000) menyatakan walaupun ASI merupakan makanan yang terbaik bagi bayi, dengan bertambahnya umur bayi maka kebutuhan akan zat gizi menjadi bertambah sehingga tidak cukup dengan ASI saja. Untuk itu bayi harus diperkenalkan pada makanan pendamping ASI (MP- ASI), salah satunya adalah susu formula.⁶

Seiring bertambahnya waktu pemberian susu formula meningkat. Berdasarkan perkembangan pasar, penyumbang utama pertumbuhan bisnis susu formula secara global, indonesia bahkan tercatat sebagai negara dengan konsumsi susu formula terbanyak kedua setelah china.⁷ Menurut WHO yang dikutip dalam Roesli (2008), susu formula adalah susu yang sesuai dan bisa diterima sistem tubuh bayi. Susu formula yang baik tidak menimbulkan gangguan saluran cerna seperti diare, muntah atau kesulitan buang air besar. Gangguan lainnya seperti batuk, sesak, dan gangguan kulit.⁸

Anak merupakan hal yang sangat berharga bagi orang tua. Pentingnya kehadiran anak bagi orang tua, membuat para orang tua terutama ibu, akan memberikan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan anaknya, termasuk nutrisi bagi buah hati mereka. Salah satu nutrisi yang penting bagi perkembangan dan pertumbuhan anak adalah susu. Studi *SigmaResearch* menunjukkan bahwa 69,1% Ibu memilih susu formula untuk menggantikan pemberian ASI. Sebanyak 33,6% diantaranya sudah mulai memberikan susu formula ketika anak berusia kurang dari 3 bulan. Studi perilaku Ibu dan Anak yang dilakukan Sigma Research tahun 2017 menunjukkan bahwa dalam menentukan merek atau produk yang akan dibeli untuk anak, hampir 90% Ibu menyatakan bahwa kualitas produk adalah pertimbangan yang dinilai paling penting.⁹

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan jenis susu formula diantaranya adalah Kandungan Gizi adalah substansi organik yang dibutuhkan organisme untuk fungsi normal dari sistem, pertumbuhan, pemeliharaan, kesehatan.

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk baik barang maupun jasa atau yang lebih luasnya, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa.

Secara umum iklan dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan dalam

mengomunikasikan, menarik perhatian dan membujuk sebagian atau seluruh masyarakat untuk mengambil tindakan dalam merespon ide, barang, atau jasa.

Tingkat pendapatan adalah total jumlah pendapatan dari semua anggota keluarga, termasuk semua jenis pemasukan yang diterima oleh keluarga dalam bentuk uang, hasil penjualan barang, dan lain-lain.

Pengetahuan adalah merupakan hasil tau dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu, penginderaan terjadi melalui panca indera manusia yaitu : indera penglihatan, pendengaran, penciuman rasa dan raba.

Hasil penelitian Pangestuti (2006) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jenis susu formula tertentu adalah karena kandungan gizinya, harganya yang murah, ketersediaannya, pilihan rasa, dan pengaruh informasi dari iklan media televisi.¹⁰ Kurniawati (2005) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, pekerjaan dan pendapatan konsumen, maka semakin sedikit faktor yang dipertimbangkan dalam pembelian susu formula, antara lain harga, kandungan gizi, ukuran kemasan, pilihan rasa, dan kemudahan mendapatkan.¹¹

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan kepada ibu balita di posyandu wilayah kerja Puskesmas Mattombong diperoleh informasi bahwa di samping memberikan ASI, mereka juga memberikan susu formula ketika anak mereka telah berusia lebih dari 6 bulan dan

ada juga yang memberikan susu formula kurang dari 6 bulan.

Data di Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang diperoleh 88 dari 826 balita yang mengkonsumsi susu formula dengan berbagai merek di antaranya SGM, Lactogen, Dancow, Chilkid, Lactogrow, Frisian Flag, Royale, Bebelac. Untuk itu, peneliti tertarik untuk mengetahui Pemilihan Jenis Susu Formula Oleh Ibu Balita di Wilayah Kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang.

BAHAN DAN METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei analitik dengan rancangan *cross sectional study*. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh ibu balita di wilayah kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang jumlah ibu balita sebanyak 826 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Variabel independen penelitian ini adalah tingkat pendapatan, iklan, tingkat pengetahuan, harga dan kandungan gizi sedangkan variabel dependennya adalah pemilihan jenis susu formula. Instrumen dalam penelitian ini dilakukan observasi langsung ke lapangan dengan menggunakan kuesioner, Isi dari pertanyaan kuesioner yang akan dibagikan kepada responden berkaitan dengan Kandungan Gizi, Harga, Pengaruh iklan, Pendapatan, dan Pengetahuan Ibu dalam pemilihan jenis susu formula. Analisis data yang digunakan yaitu uji *Chi Square*.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden paling banyak adalah responden yang berumur 36-40 tahun yaitu sebanyak 30 orang, sedangkan yang paling sedikit adalah responden yang berumur 41-45 tahun yaitu sebanyak 4 orang (Tabel 1). Pendidikan terakhir responden yang paling banyak adalah SD yaitu sebanyak 31 responden (35,2%), sedangkan yang paling sedikit yaitu 1 orang (1,10%) (Tabel 2). Responden yang mempertimbangkan kandungan gizi sebanyak 45,5% atau 40 responden, sedangkan yang tidak mempertimbangkan sebanyak 54,5% atau 48 responden (Tabel 3). Responden yang mempertimbangkan harga sebanyak 68,2% atau 60 responden, sedangkan yang tidak mempertimbangkan harga sebanyak 31,8% atau 28 responden (Tabel 4). Responden berdasarkan iklan dengan kategori tinggi sebanyak 88,% atau 78 responden, sedang 10,2% atau 9 responden dan kategori rendah 1,1% atau 1 responden (Tabel 5). Responden berdasarkan tingkat pendapatan dengan kategori tinggi sebanyak 22,7% atau 20 responden, sedang 68,2% atau 60 responden dan kategori rendah 9,1% atau 9 responden (Tabel 6). Responden berdasarkan tingkat pengetahuan dengan kategori tinggi sebanyak 1,1% atau 1 responden, sedang 98,8% atau 87 responden dan kategori rendah 0% atau 0 responden (Tabel 7).

Berdasarkan penggunaan merek Frisian Flag sebanyak 18 responden (45,0%) mempertimbangkan kandungan gizi, demikian

pula dengan yang menggunakan merek Dancow sebanyak 15 responden (37,5%). Sedangkan yang menggunakan merek SGM sebanyak 41 responden (85,4%) tidak mempertimbangkan kandungan gizi, Hasil analisis dengan menggunakan uji *Chi Square* diperoleh $p=0,000 < \alpha (0,05)$ yang berarti ada pengaruh dari kandungan gizi terhadap Pemilihan Jenis Susu Formula. Untuk penggunaan merek SGM sebanyak 36 responden (60,0%) mempertimbangkan harga, demikian pula yang menggunakan merek Frisian Flag. Sedangkan yang menggunakan merek Dancow sebanyak 10 responden (35,7%) tidak mempertimbangkan harga, Hasil analisis dengan menggunakan uji *Chi Square* diperoleh $p=0,000 < \alpha (0,05)$ yang berarti ada pengaruh dari Harga susu terhadap pemilihan jenis susu formula. Dari semua pengguna susu merek SGM sebanyak 38 responden (48,7%) mendapatkan informasi melalui televisi (tinggi), sedangkan yang menggunakan merek Frisian Flag sebanyak 5 responden (55,6%) mendapatkan informasi melalui leaflet/poster (sedang) dan yang menggunakan merek SGM sebanyak 1 responden (100%) yang mendapatkan informasi melalui PSG/sales, Hasil analisis dengan menggunakan uji *Chi Square* diperoleh $p=0,387 > \alpha (0,05)$ yang berarti tidak ada pengaruh dari iklan susu terhadap pemilihan jenis susu formula. Responden yang menggunakan merek Dancow sebanyak 8 responden (40,0%) yang memiliki tingkat pendapatan tinggi, sedangkan yang menggunakan merek Frisian Flag sebanyak

17 responden (28,3%) yang memiliki tingkat pendapatan rendah dan yang menggunakan merek SGM sebanyak 3 responden (37,5%) yang memiliki tingkat pendapatan rendah, Hasil analisis dengan menggunakan uji *Chi Square* diperoleh $p=0,014 < \alpha (0,05)$ yang berarti ada pengaruh dari tingkat pendapatan terhadap pemilihan jenis susu formula. Adapun responden yang menggunakan merek SGM sebanyak 1 responden (100%) yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi, demikian pula yang menggunakan merek SGM sebanyak 40 responden (46,0%) yang memiliki tingkat pengetahuan sedang, Hasil analisis dengan menggunakan uji *Chi Square* diperoleh $p=0,763 > \alpha (0,05)$ yang berarti tidak ada pengaruh dari tingkat pengetahuan terhadap pemilihan jenis susu formula.

PEMBAHASAN

Kandungan Gizi

Kandungan gizi adalah informasi nilai gizi yang tercantum pada label atau kemasan. Selain itu, gizi adalah substansi organik yang dibutuhkan organisme untuk fungsi normal dari sistem tubuh, pertumbuhan, pemeliharaan kesehatan. Penelitian di bidang nutrisi mempelajari hubungan antara makanan dan minuman terhadap kesehatan dan penyakit, khususnya dalam menentukan diet yang optimal.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa yang menggunakan merek Frisian Flag sebanyak 18 responden (45,0%) mempertimbangkan kandungan gizi, demikian

pula dengan yang menggunakan merek Dancow sebanyak 15 responden (37,5%). Sedangkan yang menggunakan merek SGM sebanyak 41 responden (85,4%) tidak mempertimbangkan kandungan gizi. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah SD namun tingkat pengetahuan gizi responden terbanyak adalah tingkat pengetahuan sedang. Hal ini terjadi karena responden terpengaruh oleh harga, dari hasil uji *Chi Square* diketahui bahwa ada pengaruh kandungan gizi terhadap pemilihan jenis susu formula.

Responden yang mempertimbangkan kandungan gizi cenderung menggunakan merek frisian flag dengan alasan karena merek ini mengandung zat-zat gizi lebih banyak dibanding merek susu formula lainnya. Setiap susu formula memiliki komposisi yang berbeda-beda sehingga pemilihan jenis susu formula harus tepat agar kebutuhan zat gizi yang diperlukan untuk pertumbuhan dan perkembangan balitanya terpenuhi. Ini berarti bahwa responden memiliki kepedulian yang cukup tentang kandungan gizi pada suatu merek susu formula. Sedangkan yang tidak mempertimbangkan kandungan gizi cenderung menggunakan merek SGM dengan alasan karena merek ini mudah dijangkau oleh ibu balita yang hanya mempertimbangkan harga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Jamal, A. Marni dan Nayoan, C, R. (2012) yang menyatakan bahwa ada pengaruh dari kandungan gizi terhadap pemilihan susu

formula balita. Dan dari hasil analisis statistik antara variabel kandungan gizi dengan pemilihan susu formula menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $p < 0,1$ yaitu $p=0,012$.¹²

Harga

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa yang menggunakan merek SGM sebanyak 36 responden (60,0%) mempertimbangkan harga, demikian pula yang menggunakan merek Frisian Flag. Sedangkan yang menggunakan merek Dancow sebanyak 10 responden (35,7%) tidak mempertimbangkan harga. Responden paling banyak memiliki tingkat pendapatan cukup sehingga dalam memilih merek susu formula faktor harga juga turut dipertimbangkan karena besarnya pengeluaran untuk membeli susu formula harus disesuaikan dengan besarnya pendapatan yang dimiliki. Hal ini menyebabkan responden berusaha mencari merek susu formula dengan komposisi zat gizi baik dengan harga yang relatif murah. Dari hasil uji *Chi Square* menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap pemilihan jenis susu formula oleh ibu balita.

kebanyakan responden yang mempertimbangkan harga dalam memilih jenis susu formula lebih banyak menggunakan susu formula merek SGM. Hal ini dikarenakan harga dari susu formula merek SGM relatif lebih murah yang disesuaikan dengan ukuran kemasannya sehingga memudahkan responden akan memenuhi kebutuhan anaknya.

Responden paling banyak memiliki tingkat pendapatan cukup sehingga dalam memilih merek susu formula faktor harga juga turut di pertimbangkan karena besarnya pengeluaran untuk membeli susu formula harus disesuaikan dengan besarnya pendapatan yang dimiliki. Hal ini menyebabkan responden berusaha mencari merek susu formula dengan komposisi zat gizi yang baik dengan harga yang relatif murah.

Harga adalah suatu nilai yang harus dibayar oleh konsumen dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa. Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian dari Jamalul, A. Marni dan Nayoan R,C. (2013) Hasil analisis statistik antara variabel harga susu dengan pemilihan susu formula menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $p < 0,1$ yaitu $p=0,029$ yang berarti ada pengaruh dari harga susu terhadap pemilihan susu formula balita.¹²

Iklan

Susu formula merupakan produk yang sangat menguntungkan karena itu berbagai cara dilakukan produsen untuk mempromosikan produk ini dengan target ibu. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai sumber yaitu Televisi, Leaflet/Poster, PSG/Sales dan lain-lain. Persaingan antar merek dan kesadaran untuk

menciptakan kesan yang baik dari konsumen membuat produsen susu formula berusaha semakin kreatif dalam menciptakan iklan yang dapat menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan yang menggunakan merek SGM sebanyak 38 responden (48,7%) mendapatkan informasi melalui televisi (tinggi), sedangkan yang menggunakan merek Frisian Flag sebanyak 5 responden (55,6%) mendapatkan informasi melalui leaflet/poster (sedang) dan yang menggunakan merek SGM sebanyak 1 responden (100%) yang mendapatkan informasi melalui PSG/sales. Dalam iklan biasanya menyatakan bahwa merek susu formula tertentu merupakan nutrisi yang tepat bagi pertumbuhan anaknya dan bahwa merek tersebut terbukti mampu mendukung pertumbuhan dan perkembangan anaknya. Kepercayaan responden terhadap informasi dalam iklan tersebut akan mendorong responden untuk memilih merek susu formula tersebut. Dari hasil uji *Chi Square* menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh iklan terhadap pemilihan jenis susu formula oleh ibu balita.

kebanyakan responden yang mendapat informasi melalui televisi hal ini karena rata-rata responden mempunyai televisi sehingga memudahkan responden mendapat informasi. Iklan susu formula melalui televisi lebih banyak memilih susu formula merek Frisian Flag. Responden menyatakan bahwa iklan susu formula yang dikonsumsi anak mereka sangat

menarik dan iklan tersebut sering ditayangkan di televisi.

Iklan dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan dalam mengkomunikasikan, menarik perhatian dan membujuk sebagian atau seluruh masyarakat untuk mengambil tindakan dalam merespon ide, barang atau jasa yang dipresentasikan. Dalam iklan biasanya bintang iklan menyatakan bahwa merek susu formula tertentu merupakan nutrisi yang tepat bagi pertumbuhan anaknya dan bahwa merek tersebut terbukti mampu mendukung pertumbuhan dan perkembangan anaknya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ayu, P. (2014) membuktikan bahwa "Tayangan Iklan televisi susu SGM terhadap perilaku Ibu Rumah Tangga dalam pemberian susu formula pada anak Batita di Posyandu Perdana 45, Kelurahan Gunung Kelua Samarinda". menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh dari Tayangan Iklan televisi susu SGM terhadap perilaku Ibu Rumah Tangga dalam pemberian susu formula pada anak Batita di Posyandu Perdana 45, Kelurahan Gunung Kelua Samarinda.

Tingkat Pendapatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa yang menggunakan merek Dancow sebanyak 8 responden (40,0%) yang memiliki tingkat pendapatan tinggi, sedangkan yang menggunakan merek Frisian Flag sebanyak 17 responden (28,3%) yang memiliki tingkat pendapatan rendah dan yang menggunakan merek

SGM sebanyak 3 responden (37,5%) yang memiliki tingkat pendapatan rendah. responden lebih banyak memilih susu formula merek SGM karena susu formula ini dapat dijangkau oleh responden yang tingkat pendapatannya cukup maupun kurang. Tingkat pendapatan responden akan mempengaruhi besarnya pengeluaran untuk pangan dan non pangan. Pada keluarga yang memiliki tingkat pendapatan tinggi faktor harga kurang mendapat perhatian, namun pada keluarga dengan tingkat pendapatan sedang dan kurang faktor harga merupakan faktor yang penting. Hal ini dikarenakan pendapat yang didapat tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan balita saja melainkan kebutuhan seluruh anggota keluarga. Hasil uji *Chi Square* menunjukkan bahwa ada pengaruh tingkat pendapatan terhadap pemilihan jenis susu formula oleh ibu balita.

Tingkat pendapatan adalah total jumlah pendapatan dari semua anggota keluarga, termasuk semua jenis pemasukan yang diterima oleh keluarga dalam bentuk uang, hasil menjual barang dan lain-lain. Faktor pendapatan sangat menentukan pola menyesuaikan beralih dari ASI ke susu buatan.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan Penelitian dari Jamal, A. Marni dan Nayoan, C.R. (2012) Hasil analisis statistik antara variabel tingkat pendapatan keluarga per bulan dengan pemilihan susu formula menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $p < 0,1$ yaitu $p=0,013$ yang berarti ada pengaruh dari tingkat

pendapatan keluarga per bulan terhadap pemilihan Jenis susu formula balita.¹²

Tingkat Pengetahuan

Pengetahuan adalah kesan di dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca inderanya, yang berbeda sekali dengan kepercayaan (*beliefs*), takhyul (*superstitions*) dan penerangan-penerangan yang keliru (*misinformations*). Sangat penting untuk diketahui bahwa pengetahuan berbeda dengan buah fikir atau ide, karena tidak semua buah fikir itu merupakan pengetahuan. Sedangkan buah fikir yang merupakan pengetahuan adalah hasil dari pemikiran yang sudah ada kepastian dan pembuktian akan suatu hal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa yang menggunakan merek SGM sebanyak 1 responden (100%) yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi, demikian pula yang menggunakan merek SGM sebanyak 40 responden (46,0%) yang memiliki tingkat pengetahuan sedang. responden dengan tingkat pengetahuan tinggi dan sedang cenderung memilih susu formula merek SGM dengan alasan pengalaman dalam hal penggunaan yang telah dilakukan secara berulang-ulang serta pertimbangan bahwa susu tersebut tidak menimbulkan gangguan pada saat anak mengonsumsi. Hal ini membuktikan bahwa dengan tingkat pengetahuan baik akan memilih jenis susu formula yang cocok bagi anaknya dan tidak berdasarkan pada ketenaran merek. Hasil uji *Chi Square* menunjukkan bahwa tidak ada

pengaruh tingkat pengetahuan terhadap pemilihan jenis susu formula oleh ibu balita.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 88 responden dengan tingkat pendidikan Tidak Tamat SD, SD dan SLTP/Sederajat sebanyak 48 responden dan tingkat pendidikan SMA/SMK dan Perguruan Tinggi sebanyak 30. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden yang tingkat pendidikannya rendah yang berarti tidak ada pengaruh dari tingkat pengetahuan terhadap pemilihan jenis susu formula.

Pengetahuan ibu umumnya dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang dimilikinya, karena dibangku pendidikan tersebut ibu banyak mendapat informasi dan ilmu pengetahuan. Selain melalui bangku tersebut ibu banyak mendapat informasi dan ilmu pengetahuan atau pun memperoleh pengetahuan melalui media elektronik atau media cetak yang ada. Tingkat pengetahuan yang baik akan mempermudah pelaksanaan tanggung jawab seorang ibu yaitu berupa pemilihan jenis makanan yang mengandung zat gizi yang baik untuk keluarganya. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari Sabriyan A, N. (2013) yang menyatakan responden yang memiliki balita yang mengonsumsi susu formula, yang masuk dalam kategori pengetahuan gizi ibu dengan kategori tinggi sebanyak 90% responden dan frekuensi variabel pengetahuan gizi ibu pada kategori sedang sebanyak 10% responden. Pengetahuan gizi ibu sebagian besar diperoleh dari penyuluhan gizi di posyandu setiap ibu

melakukan kegiatan posyandu untuk anak balitanya. Data tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan data berpusat pada kategori tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh tingkat pengetahuan terhadap pemilihan susu formula.¹³

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Ibu Balita di Wilayah Kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kandungan gizi, harga dan tingkat pendapatan terhadap pemilihan jenis susu formula oleh ibu balita di wilayah kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang, sedangkan iklan dan tingkat pengetahuan tidak berpengaruh terhadap pemilihan jenis susu formula oleh ibu balita di wilayah kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang. Dari kesimpulan di atas disarankan kepada Puskesmas agar lebih banyak memberikan informasi penyuluhan tentang susu formula kepada ibu-ibu khususnya ibu balita. Kepada ibu-ibu disarankan agar lebih bijak dalam pemilihan jenis susu formula, khusus kepada ibu yang memiliki balita diharapkan agar lebih memperhatikan informasi mengenai pemilihan jenis susu formula supaya tingkat pengetahuan ibu balita meningkat agar lebih memperhatikan kandungan gizi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Roesli, U. Mengenal ASI Eksklusif.

Jakarta : SusuBubuk. Trubus Yogyakarta. Agriwidya; Lacticiapress; 2005. 2003.

2. Balitbang 6. Pudjiadi, S. Kemenkes RI. Ilmu Gizi Riset Klinis pada Kesehatan Anak. Jakarta : Dasar; Fakultas RISKESDAS. Kedokteran Jakarta: Universitas Balitbang Indonesia; Kemenkes RI; 2000. 2013.

3. Kementerian 7. Detikhealth. Kesehatan Negara dengan Republik Konsumsi Susu Indonesia. Data dan Informasi Formula Terbanyak Profil Kedua; 2011. Kesehatan Diunduh Indonesia; melalui <https://health.detik.com/berita-detikhealth/1697374/indonesia-negara-dengan-konsumsi-susu-formula-terbanyak-kedua>. 2016.

4. Dinas Kesehatan Pinrang. Profil Kesehatan Kabupaten Pinrang. Pinrang; 2016.

5. Widodo. Teknologi Proses [Diakses pada

- tanggal 14 April 2018].
8. Roesli, U. Inisiasi Menyusui Dini Plus ASI Eksklusif. Jakarta: Pustaka Bunda; 2008.
9. Anonim. Perilaku Penggunaan Susu Formula di Indonesia; 2017. Diunduh melalui <http://sigmaresearch.co.id/perilaku-penggunaan-susu-formula-di-indonesia-2017/>. [Diakses pada tanggal 23 Maret 2018].
10. Pangestuti. Karakteristik Konsumen Susu Formula Balita. Bogor: Institut Pertanian Bogor; 2006. Diunduh melalui <http://library.um.ac.id/majalah/printmajalah4.php/41069.htm>. [Diakses pada tanggal 23 Maret 2018].
11. Kurniawati. Analisis Perilaku Konsumen dalam Proses Keputusan Pembelian Susu Batita (1-3 Tahun) Di Kota Bogor. Bogor: Institut Pertanian Bogor; 2005. Diunduh melalui http://katalog.perpustakaan.ipb.ac.id/senayan3-stable11/index.php?p=show_detail&id. [Diakses pada tanggal 5 April 2018]
12. Jamal, A, Marni, Nayoan, R, C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Susu Formula Balita Oleh Ibu di Kelurahan Sikumana Kota Kupang Tahun 2012; 2013. Diunduh melalui [https://mediakesehatanmasyarakat.files.wordpress.com/2015/10/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pemilihan-susu-formula-](https://mediakesehatanmasyarakat.files.wordpress.com/2015/10/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pemilihan-susu-formula-balita-oleh-ibu-dikelurahan-sikumana-kota-kupang-tahun-2012.doc)
13. Sabriyan, A, N. Hubungan Antara Persepsi Terhadap Iklan Susu Formula di Televisi dan Pengetahuan Gizi Ibu dengan Tindakan Ibu dalam Pemberian Susu Formula. Skripsi; 2013. Diakses pada tanggal 28 Maret 2018].

LAMPIRAN

Tabel 1. Distribusi Ibu Balita Berdasarkan Umur di Wilayah Kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang

Umur (Tahun)	Frekuensi (f)	Pertimbangan Harga	Jenis Susu Formula								Total	
			SGM (150 Kkal)		Frisian Flag (170 Kkal)		Dancow (160 Kkal)		Lactogen (160 Kkal)		n	%
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
21 – 25	17		19,3									
26 – 30	24		27,3									
31 – 35	13	Mempertimbangkan	14,8	60,0%	16	26,7%	5	8,30%	3	5,0%	60	100%
36 – 40	30	Mempertimbangkan	34,1	17,9%	8	28,6%	10	35,7%	5	17,9%	28	100%
41 – 45	4		4,4									
Total	88		100,0		24	27,3%	15	17,0%	8	9,10%	88	100%

Sumber : Data

Primer, 2018

Tabel 2. Distribusi Ibu Balita Berdasarkan Pendidikan di Wilayah Kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang

Pendidikan	Frekuensi (f)	Jenis Susu Formula								Total	
		SGM (150 Kkal)		Frisian Flag (170 Kkal)		Dancow (160 Kkal)		Lactogen (160 Kkal)		n	%
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Tidak Tamat SD	1	2	48,7%	1	24,4%	1	16,7%	8	10,3%	8	100%
SD	31	2	22,2%	5	55,6%	2	22,2%	0	0,0%	9	100%
SLTP/Sederajat	16	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100%
SMA/SMK	22	4		2		1				8	
Perguruan Tinggi	18	1	46,6%	4	27,3%	5	17,0%	8	9,10%	8	100%
Total	88	Sumber : Data Primer, 2018									

Sumber : Data

Primer, 2018

Tabel 3. Pengaruh Pertimbangan Kandungan Gizi Terhadap Pemilihan Jenis Susu Formula di Wilayah Kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang

Pertimbangan Kandungan Gizi	Jenis Susu Formula								Total			
	SGM (150 Kkal)		Frisian Flag (170 Kkal)		Dancow (160 Kkal)		Lactogen (160 Kkal)		n	%		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
									2			
					6	30,0%	6	30,0%	8	40,0%	0	0,0%
					3		1				6	
					2	53,3%	7	28,3%	5	8,3%	6	10,0%
					3	37,5%	1	12,5%	2	25,0%	2	25,0%
Mempertimbangkan	0	0,0%	8	45,0%	5	37,5%	7	17,5%	0		4	
Tidak Mempertimbangkan	4		1		2		1		4		8	
	1	85,4%	6	12,5%	0	0,0%	1	2,10%	4	46,6%	4	100%
Total	4		2		1		1		8		8	
	1	46,6%	4	27,3%	5	17,0%	8	9,10%	8		8	

Sumber : Data Primer, 2018

Tabel 4. Pengaruh Pertimbangan Harga Terhadap Pemilihan Jenis Susu Formula di Wilayah Kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang

Jenis Susu Formula											
SGM (150 Kkal)		Frisian Flag (170 Kkal)		Dancow (160 Kkal)		Lactogen (160 Kkal)		Total			
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
19,3											
27,3											
14,8	60,0%	16	26,7%	5	8,30%	3	5,0%	60	100%		
34,1	17,9%	8	28,6%	10	35,7%	5	17,9%	28	100%		
4,4											
100,0		24	27,3%	15	17,0%	8	9,10%	88	100%		

Tabel 5. Pengaruh Pemilihan Jenis Susu Formula Berdasarkan Iklan di Wilayah Kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang

Jenis Susu Formula											
SGM (150 Kkal)		Frisian Flag (170 Kkal)		Dancow (160 Kkal)		Lactogen (160 Kkal)		Total			
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
2		1		1				7			
8	48,7%	9	24,4%	3	16,7%	8	10,3%	8	100%		
2	22,2%	5	55,6%	2	22,2%	0	0,0%	9	100%		
1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100%		
4		2		1				8			
1	46,6%	4	27,3%	5	17,0%	8	9,10%	8	100%		

Sumber : Data Primer, 2018

Tabel 6. Pengaruh Pemilihan Jenis Susu Formula Berdasarkan Tingkat Pendapatan di Wilayah Kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten Pinrang

Jenis Susu Formula											
SGM (150 Kkal)		Frisian Flag (170 Kkal)		Dancow (160 Kkal)		Lactogen (160 Kkal)		Total			
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
6	30,0%	6	30,0%	8	40,0%	0	0,0%	0	100%		
3		1						6			
2	53,3%	7	28,3%	5	8,3%	6	10,0%	0	100%		
3	37,5%	1	12,5%	2	25,0%	2	25,0%	8	100%		
0	0,0%	8	45,0%	5	37,5%	7	17,5%	0			
4		1		2		1		4			
1	85,4%	6	12,5%	0	0,0%	1	2,10%	4	46,6%		
4		2		1		1		8			
1	46,6%	4	27,3%	5	17,0%	8	9,10%	8	100%		

Sumber : Data Primer, 2018

Tabel 7. Pengaruh Pemilihan Jenis Susu Formula Berdasarkan Tingkat Pengetahuan di Wilayah

Kerja Puskesmas Mattombong Kabupaten
Pinrang

Sumber : Data Primer, 2018