

# Persepsi Konsumen Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Produk Minuman dengan Klaim Kurang Gula

## *Consumer Perception in Determining the Purchasing Decision of Beverage Product with Less Sugar Claim*

Fransisca<sup>1</sup>, Nurheni Sri Palupi<sup>2</sup>, Didah Nur Faridah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Magister Profesional Teknologi Pangan, Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor

<sup>2</sup>Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor

**Abstract.** *Limiting consumption of drinks containing high sugar can prevent diabetes especially type 2. Diabetes is one of non-communicable diseases that the number of sufferers is increasing every year. This opportunity is utilized by food industry to produce less sugar beverages. This study was aimed to analyze influence of demographic and respondent's sugar consumption level on consumer's perceptions, its influence on purchasing decisions and to analyze less sugar beverage product market opportunities compared with similar beverages without that claim among consumers and next generation. A survey was conducted on 150 respondents living in Jabodetabek, 20-54 years old, not a diabetic, and reading the food labels. There were 77.3% of total respondents had correct perception of less sugar correlated with sex, education, respondent's reducing sugar consumption effort and purchasing decision. People who were trying to reduce sugar had 3 times more likely to have correct perception than people who did not. People had more correct perception of less sugar (according to regulation), they increasingly chose less sugar products. The result of this survey showed that encouraging children to consume less sugar drinks was more prioritized manner to limit children's sugar level consumption rather than replaced with sweetener.*

**Keywords:** *beverage product, consumer perception, less sugar claim, purchasing decision*

**Abstrak.** Membatasi konsumsi minuman yang mengandung gula tinggi dapat mencegah penyakit diabetes melitus (DM) terutama tipe 2 yang merupakan salah satu penyakit tidak menular dengan jumlah penderita per tahun semakin meningkat. Peluang ini dimanfaatkan industri makanan untuk memproduksi minuman dengan klaim kurang gula. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh demografi dan tingkat konsumsi gula terhadap persepsi konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian serta menganalisis peluang pasar produk minuman dengan klaim Kurang gula dibandingkan dengan minuman sejenis tanpa klaim tersebut di kalangan konsumen dan generasi berikutnya. Survei dilakukan terhadap 150 responden di Jabodetabek, usia 20-54 tahun, bukan penderita DM, dan pembaca label. Sebanyak 77,3% dari total responden memiliki persepsi yang benar tentang klaim Kurang gula. Persepsi berkorelasi dengan jenis kelamin, pendidikan, usaha responden mengurangi konsumsi gula dan keputusan pembelian. Orang yang sedang berusaha mengurangi gula akan 3 kali lebih cenderung untuk memiliki persepsi yang benar daripada orang yang sedang tidak berusaha. Orang yang memiliki persepsi Kurang gula yang benar (menurut regulasi), maka orang tersebut akan semakin memilih produk dengan klaim Kurang gula. Hasil survei ini menyatakan bahwa menganjurkan anak untuk mengonsumsi minuman Kurang gula menjadi cara yang lebih diprioritaskan untuk membatasi jumlah konsumsi gula pada anak daripada menggantikan gula dengan pemanis.

**Kata kunci:** keputusan pembelian, klaim rendah gula, persepsi konsumen, produk minuman

**Aplikasi Praktis:** Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran penerimaan produk minuman dengan klaim Kurang gula di kalangan konsumen dan juga dapat dipergunakan oleh bagian pemasaran untuk meningkatkan peluang pasar mereka serta eksistensi produk minuman berklaim Kurang gula baik di kalangan konsumen maupun generasi berikutnya melalui pemahaman yang lebih baik terhadap persepsi konsumen terkait dengan produk tersebut.

## PENDAHULUAN

*Non Communicable Disease* atau Penyakit Tidak Menular (PTM) merupakan penyakit kronis yang tidak ditularkan dari orang ke orang. Perkembangannya umum-

nya lambat dan membutuhkan waktu yang lama. Jenis PTM di antaranya adalah penyakit kardiovaskular (seperti serangan jantung dan *stroke*), kanker, penyakit pernafasan kronis (seperti penyakit kronis paru dan asma) dan

Diabetes Melitus (DM). PTM ini menjadi permasalahan bagi dunia karena jumlahnya yang terus meningkat setiap tahun. *World Health Organization* (WHO) mencatat PTM membunuh sejumlah 38 juta jiwa per tahun dan hampir tiga perempat kematian terjadi di negara dengan tingkat pendapatan rendah dan menengah, salah satunya Indonesia (WHO 2015a).

Pada tahun 2014, WHO melaporkan 71% angka kematian penduduk di Indonesia disebabkan oleh *Non Communicable Diseases*, yang salah satunya adalah DM. Penderita DM di dunia mencapai 387 juta jiwa pada tahun 2014. Sementara itu, pada tahun 2013, Indonesia telah menduduki peringkat ke tujuh dengan 8.5 juta jiwa penderita DM di antara negara yang memiliki penderita DM terbesar di dunia (IDF 2014). Jumlah tersebut diperkirakan mencapai 12 juta jiwa pada tahun 2030. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia saat ini sedang menghadapi masalah kesehatan yang cukup serius dengan semakin meningkatnya penderita DM setiap tahunnya.

Konsumsi rokok dan alkohol, kurangnya aktivitas fisik serta diet yang tidak sehat dapat meningkatkan risiko kematian dari PTM. Diet yang tidak sehat dapat meningkatkan risiko PTM melalui peningkatan tekanan darah, kelebihan berat badan/obesitas, hiperglikemia (kadar glukosa darah tinggi) dan hiperlipidemia (tingginya kadar lemak dalam darah). Diet yang tidak sehat menjadi penyebab utama penyakit DM terutama DM tipe 2 (WHO 2015b). Peningkatan tekanan darah diikuti oleh kelebihan berat badan atau obesitas dan peningkatan glukosa darah berdampak pada munculnya penyakit DM tipe 2.

Salah satu diet sehat yang dianjurkan oleh WHO terkait dengan penyakit DM yaitu dengan mengurangi jumlah asupan gula bebas (*free sugar*). Asupan gula bebas harus dikurangi sehingga tidak lebih dari 10% total asupan energi dan apabila asupan menjadi kurang dari 5% total asupan energi maka dapat memberikan manfaat kesehatan tambahan (WHO 2015c). Untuk mencapai diet yang sehat tersebut, salah satu cara yang disarankan oleh WHO adalah dengan membatasi konsumsi makanan atau minuman yang mengandung gula tinggi termasuk konsumsi produk minuman dalam kemasan yang mengandung gula lebih dari 2.5 g/100 ml atau 5 g/100 g (BPOM 2011)

Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh industri pangan yang ada baik di Indonesia maupun di dunia untuk memproduksi produk pangan terutama minuman yang mengarah pada *healthy product* yaitu minuman dengan klaim kurang gula (*less sugar*). Data dari *Mintel Global New Product Launches* melaporkan bahwa industri pangan telah meluncurkan sekitar 7000 produk makanan dan minuman baru dengan klaim bebas, rendah atau kurang gula per tahun sejak tahun 2007 (Berryman 2013). Produk minuman dengan klaim rendah gula merupakan produk yang memiliki kandungan gula 25% lebih rendah dibandingkan produk sejenisnya (BPOM RI 2011). Produk minuman dengan klaim rendah gula ini sudah beredar dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia baik dalam bentuk *Ready to Drink* (RTD) ataupun dikemas dalam kemasan *sacchet* seperti minuman serbuk.

Klaim rendah gula pada produk minuman dalam kemasan mampu memberikan persepsi yang berbeda bagi konsumen. Persepsi itulah yang memengaruhi keputusan pembelian produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh demografi (profil responden) dan tingkat konsumsi gula terhadap persepsi konsumen terhadap produk minuman dalam kemasan berklaim rendah gula, mengkaji persepsi konsumen mengenai klaim rendah gula pada produk minuman dalam kemasan dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, serta (3) Menganalisis posisi produk dan peluang eksistensi minuman dalam kemasan dengan klaim rendah gula dibandingkan dengan produk minuman sejenis tanpa klaim rendah gula di kalangan konsumen dan generasi berikutnya.

## BAHAN DAN METODE

### Alat dan Bahan

Bahan yang digunakan berupa data primer yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner. Alat yang digunakan meliputi : (1) Kuesioner sebagai instrumen untuk menganalisis persepsi konsumen mengenai klaim rendah gula pada label produk minuman serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian dan (2) Program SPSS 22.0 serta *Microsoft Excel* 2011 untuk pengolahan data.

### Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan pelaksanaan survei yaitu melalui pengisian kuesioner. Responden yang mengisi kuesioner berjumlah 150 orang. Jumlah tersebut diperoleh dari perhitungan dengan rumus Slovin (Yusuf 2014) dengan jumlah populasi sebesar 9573995 orang dan nilai  $e$  sebesar 10%. Pemilihan responden berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi meliputi konsumen yang tinggal di daerah Jabodetabek dan berusia 20-54 tahun (merupakan rentang usia produktif di Indonesia dan usia yang sudah bisa memutuskan pembelian produk). Kriteria eksklusi meliputi penderita penyakit DM dan responden yang tidak pernah membaca label. Pemilihan responden ini dilakukan dengan menggunakan metode *proportional random sampling* supaya terdapat perbandingan yang seimbang antara besarnya sampel dan populasi dari masing-masing daerah Jabodetabek (Yusuf 2014). Adapun perhitungan proporsi dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Perhitungan *proportional random sampling* responden

Wilayah	Perhitungan	Responden (orang)	Persentase (%)
Jakarta	$= (5686022 / 9573995) \times 150$	89	59
Bogor	$= (512268 / 9573995) \times 150$	8	5
Depok	$= (976821 / 9573995) \times 150$	15	10
Tangerang	$= (1056422 / 9573995) \times 150$	17	11
Bekasi	$= (1342462 / 9573995) \times 150$	21	14
Total	=	150	100

### Analisis Data

Analisis data meliputi analisis deskriptif, analisis signifikansi korelasi dengan uji *Chi Square* (Santoso 2010), analisis prediksi dengan regresi logistik (Nawari

2010) dan analisis peringkat (Yusuf 2014). Analisis peringkat dilakukan dengan mengurutkan tingkatan pilihan atau prioritas oleh responden dari ranking 1 hingga 3, dimulai dari prioritas yang paling tinggi. Pengolahan data dilakukan dengan menjumlahkan tingkat urutan prioritas tersebut untuk masing-masing pilihan dan dirata-ratakan (dibagi dengan jumlah responden).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Profil umum dari responden meliputi jenis kelamin, usia, status (sudah menikah atau belum), jumlah anak, pekerjaan, penghasilan, dan pendidikan, sedangkan profil khusus dari responden yaitu riwayat penyakit DM dari orang tua. Data profil responden keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Profil responden

Profil	Jumlah	
	N (orang)	%
<b>Domisili</b>		
Jakarta	91	60.0
Bogor	7	5.0
Depok	13	9.0
Tangerang	17	11.0
Bekasi	22	15.0
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	70	47.0
Perempuan	80	53.0
<b>Usia</b>		
20-24 tahun	35	23.3
25-29 tahun	66	44.0
30-34 tahun	16	11.0
35-39 tahun	8	5.0
40-44 tahun	8	5.0
45-49 tahun	7	5.0
50-54 tahun	10	7.0
<b>Status</b>		
Belum menikah	90	60.0
Menikah belum punya anak	15	10.0
Menikah punya anak	45	30.0
<b>Pekerjaan</b>		
Belum bekerja	1	0.7
Dokter	1	0.7
Karyawan BUMN	3	2.0
PNS	3	2.0
Ibu Rumah Tangga	7	4.7
Wirasaha	15	10.0
Mahasiswa/i	19	12.7
Karyawan Swasta	101	67.3
<b>Penghasilan</b>		
Belum / tidak berpenghasilan	14	9.0
< 1 juta	1	1.0
1 - 3 juta	20	13.0
4 - 8 juta	64	43.0
8 - 12 juta	30	20.0
> 12 juta	21	14.0
<b>Pendidikan</b>		
SMP	2	1.3
SMA/SMK/ sederajat	30	20.0
D1	1	0.7
D3	8	5.3
S1	88	58.7
S2	21	14.0
<b>Riwayat diabetes dari orang tua</b>		
Tidak ada	99	66.0
Ada	51	34.0
<b>Usaha mengurangi konsumsi gula (sedang berusaha/tidak)</b>		
Tidak	46	31.0
Ya	104	69.0

### Konsumsi Gula Responden

Tabel 2 menunjukkan sebanyak 104 responden (69% dari total responden) sedang berusaha mengurangi konsumsi gulanya. Hal ini juga terjadi di Eropa dimana menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh *Mintel*

*International*, sebagian besar konsumen di pasar-pasar utama Eropa mengurangi konsumsi gula mereka. Penelitian ini menemukan bahwa lebih dari tiga per lima konsumen dari Italia (64%), Spanyol (63%) dan Polandia (61%) mengatakan mereka secara aktif mengurangi atau menghindari makanan manis. Selain itu, lebih dari setengah konsumen dari Perancis (59%) dan Jerman (51%) mengatakan hal yang sama. Selanjutnya, 65% konsumen dari Inggris setuju bahwa diet yang sehat harus kurang gula (*Mintel* 2015).

Uji korelasi *Chi Square* antara profil responden dengan usaha mengurangi konsumsi gula menunjukkan bahwa pendidikan dan riwayat DM dari orang tua memiliki hubungan dengan usaha mengurangi konsumsi gula. Jenjang pendidikan responden dan riwayat penyakit DM dari orang tua berkaitan dengan usaha mengurangi konsumsi gula pada taraf signifikansi 5% dengan nilai p sebesar 0.035. Semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin banyak jumlah responden yang berusaha mengurangi konsumsi gulanya. Menurut Dinkhoff (2009), pengetahuan gizi seseorang semakin meningkat dengan meningkatnya tingkat pendidikan. Oleh karena itu dimungkinkan bahwa banyaknya jumlah responden yang berusaha mengurangi jumlah konsumsi gula pada tingkat pendidikan yang tinggi disebabkan oleh meningkatnya pengetahuan mereka tentang gizi.

Sebesar 80% responden yang memiliki riwayat penyakit DM dari orang tua berusaha mengurangi konsumsi gulanya. Uji lanjutan dengan uji regresi logistik menyatakan bahwa orang yang memiliki riwayat DM memiliki kecenderungan 2.3 kali lebih berusaha mengurangi konsumsi gula daripada orang yang tidak memiliki riwayat DM. Sebesar 93% dari responden tersebut mengurangi konsumsi gula dengan alasan menjaga kesehatan (takut menderita DM). Hal ini dimungkinkan karena responden yang memiliki riwayat DM dari orang tua telah mengetahui bahwa faktor keturunan merupakan salah satu penyebab timbulnya penyakit DM. Studi terhadap keluarga telah mengungkapkan bahwa kerabat tingkat pertama individu dengan penyakit DM tipe 2 beresiko sekitar 3 kali lebih besar terkena penyakit tersebut dibandingkan individu tanpa riwayat keluarga penyakit DM tipe 2 (Valdez 2009).

Terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi konsumsi gula, diantaranya dengan mengurangi jumlah gula pada makanan atau minuman yang dibuat/dikonsumsi, mengganti gula dengan madu dan menggunakan produk pemanis pengganti gula. Tabel 3 menunjukkan pilihan prioritas cara mengurangi konsumsi gula yang dilakukan oleh responden. Cara mengurangi konsumsi gula yang menjadi prioritas pertama yang dipilih oleh responden adalah dengan mengurangi jumlah gula pada makanan atau minuman yang dibuat/dikonsumsi, sedangkan cara mengganti gula dengan madu dan menggunakan produk pemanis pengganti gula mendapatkan prioritas kedua yang sama. Mengurangi jumlah gula pada makanan atau minuman yang dibuat/dikonsumsi merupakan salah satu cara yang direkomendasikan oleh USDA untuk mengurangi jumlah konsumsi gula yang berlebihan (USDA dan HHS 2010). WHO juga merekomen-

dasikan untuk membatasi konsumsi makanan dan minuman yang mengandung gula tinggi serta mengonsumsi buah dan sayur sebagai makanan selingan/*snack* (WHO 2015b).

**Tabel 3.** Pilihan prioritas cara mengurangi konsumsi gula responden<sup>a</sup>

Usaha mengurangi konsumsi gula	Jumlah peringkat	Urutan prioritas
Mengurangi jumlah gula pada makanan atau minuman yang dibuat / dikonsumsi	122	1
Mengganti gula dengan madu	251	2
Menggunakan pemanis pengganti gula	251	2

Keterangan: <sup>a</sup> Urutan prioritas didapatkan dari menjumlahkan tingkat urutan prioritas masing-masing pilihan dan dirata-ratakan (dibagi dengan jumlah responden yang sedang berusaha mengurangi konsumsi gula yaitu 104 responden).

**Persepsi Klaim Kurang Gula (*less sugar*)**

Klaim Kurang Gula merupakan salah satu jenis klaim gizi yang diatur oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI). Peraturannya tercantum dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.03.1.23.11.11.09909 tahun 2011 tentang Pengawasan Klaim dalam Label dan Iklan Pangan olahan. Menurut FSA (2007), klaim gizi lebih disukai oleh konsumen dibandingkan jenis klaim lainnya dan dapat memengaruhi pembelian produk.

Klaim Kurang Gula merupakan jenis klaim yang paling banyak dilihat dan ditemukan pada label minuman dalam kemasan, karena gula merupakan salah satu bahan yang paling banyak dipakai dalam pembuatan minuman untuk menciptakan rasa manis. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang mengetahui adanya klaim Kurang Gula pada produk minuman dalam kemasan yaitu sebesar 75% dari total responden.

Pencantuman klaim pada produk minuman dalam kemasan dapat memberikan berbagai macam persepsi bagi konsumen. Pertanyaan mengenai persepsi klaim Kurang Gula diwakilkan oleh 1 pertanyaan yaitu “Menurut Anda, produk minuman Kurang Gula itu apa?”. Terdapat 5 pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden pada butir pertanyaan tersebut. Pilihan pertama adalah produk pangan yang tidak menggunakan gula dan rasanya tidak manis. Gula yang dimaksud adalah gula pasir (sukrosa). Pilihan kedua adalah produk pangan yang tidak menggunakan gula namun menggunakan pemanis. Pemanis yang dimaksud adalah pemanis sintetis. Pilihan ketiga yaitu produk pangan yang jumlah kandungan (kadar) gulanya lebih sedikit dibandingkan produk sebelumnya. Pilihan keempat dan kelima secara berturut-turut yaitu produk pangan yang dikhususkan untuk konsumen penderita penyakit DM dan dikhususkan untuk konsumen diet. Pilihan ketiga merupakan pengertian yang benar dan sesuai dengan regulasi yang berlaku saat ini, sedangkan pilihan 1, 2, 4 dan 5 merupakan pengertian yang salah karena tidak sesuai dengan regulasi. Gambar 1 menunjukkan hasil survei terhadap 150 responden ketika diberi pertanyaan mengenai pengertian dari klaim Kurang Gula.

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sebesar 77.3% dari total responden memiliki persepsi bahwa klaim *less sugar* pada produk minuman memiliki arti produk minuman tersebut memiliki jumlah kandungan

gula yang lebih sedikit dibandingkan produk yang sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar dari responden telah mengetahui pengertian yang sesungguhnya dari klaim *less sugar* tersebut, namun masih ada sebagian kecil dari responden yang memiliki salah persepsi. Sebesar 10% dari total responden masih ada yang berpersepsi bahwa klaim *less sugar* pada produk minuman memiliki arti produk minuman tersebut tidak menggunakan gula namun menggunakan pemanis.



**Gambar 1.** Persepsi klaim rendah gulamenurut responden

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Jeedi dan Zaiem (2010), karakter demografi konsumen yang memengaruhi persepsi terhadap label produk adalah jenis kelamin, pendidikan dan usia. Namun menurut beberapa penelitian, usia memiliki pengaruh yang sangat terbatas terhadap persepsi. Pada penelitian ini, hasil uji korelasi *Chi Square* menunjukkan bahwa hanya jenis kelamin dan pendidikan responden memiliki hubungan yang signifikan dengan persepsi terhadap klaim rendah gula pada taraf kepercayaan 5%. Hasil uji korelasi antara profil responden dengan persepsi mengenai klaim rendah gula ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Hasil uji signifikansi korelasi antara profil responden dengan persepsi klaim rendah gula yang benar menurut regulasi

Profil responden	Nilai p
Jenis kelamin	0.011 <sup>a</sup>
Usia	0.232
Status	0.476
Pekerjaan	0.207
Penghasilan	0.084
Pendidikan	0.049 <sup>a</sup>
Riwayat penyakit DM dari orang tua	0.175

Sebesar 83.8% dari responden perempuan memiliki persepsi yang benar mengenai pengertian klaim rendah gula. Jumlah ini lebih besar dibandingkan dengan responden laki-laki yang hanya sebesar 70%. Wanita lebih banyak memiliki persepsi yang benar karena menurut Jeedi dan Zaiem (2010), wanita lebih peduli tentang sinyal dari kualitas daripada pria. Sebagai pembeli utama dan ibu rumah tangga, mereka sering pergi ke tempat belanja, akibatnya mereka memiliki kontak langsung dan terbiasa dengan produk berlabel. Selain itu, wanita juga lebih memiliki kesadaran terhadap kesehatan yang lebih tinggi dibandingkan pria (Dinkhoff 2009).

Faktor lain yang memiliki signifikansi hubungan dengan persepsi klaim rendah gula adalah faktor pendidikan. Hasil analisis uji *Chi Square* memperlihatkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin banyak responden yang memiliki persepsi yang benar. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden dengan tingkat pendidikan S1 dan S2 yang memiliki persepsi yang benar mengenai klaim rendah gula pada label produk minuman, sedangkan persepsi yang salah lebih didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan lebih rendah yaitu SMP hingga D3. Selain itu, mengenai tingkat pendidikan, sebagian besar penelitian tampaknya setuju bahwa seorang individu yang khawatir tentang pelabelan adalah seseorang yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi. Orang-orang yang memiliki tingkat pendidikan tinggi jauh lebih terbuka dan mau menerima konsep dan kebijakan pelabelan daripada mereka yang memiliki tingkat pendidikan lebih rendah (Jeddi dan Zaiem 2010).

**Hubungan Tingkat Konsumsi Gula dan Persepsi Klaim Rendah gula**

Berdasarkan hasil survei (Tabel 2), sebanyak 104 orang responden menyatakan bahwa mereka sedang berusaha mengurangi jumlah konsumsi gula dan 87 orang (83.6%) diantaranya memiliki persepsi yang benar mengenai klaim rendah gula. Hasil uji *Chi Square* menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara usaha mengurangi konsumsi gula dan persepsi mengenai klaim rendah gula pada taraf kepercayaan 5% dengan nilai *p* sebesar 0.01. Uji lanjut dengan uji regresi logistik menyatakan bahwa perilaku usaha mengurangi jumlah konsumsi gula signifikan berpengaruh terhadap persepsi dengan nilai *odd ratio* = 3. Hal ini memiliki arti bahwa orang yg berusaha mengurangi gula 3 kali lebih berpeluang atau lebih cenderung memiliki persepsi yang benar daripada orang yg tidak berusaha mengurangi gula.

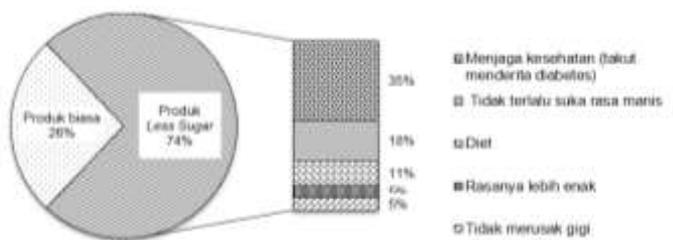
Semakin seseorang berusaha mengurangi konsumsi gula, semakin besar juga perhatian mereka terhadap makanan atau minuman yang mereka konsumsi. Proses ini termasuk dalam tahap awal proses pembentukan persepsi dimana konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada set psikologis yang dimiliki. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapat perhatian dari konsumen (Sangadji dan Sopiah 2013). Dalam hal ini stimulus yang dimaksud adalah klaim rendah gula pada label minuman dalam kemasan.

Oleh karena itu, klaim rendah gula menjadi jenis klaim yang sering mereka lihat dan cari ketika membeli produk minuman dalam kemasan karena klaim tersebut berhubungan dengan kandungan gula. Tahap berikutnya dalam proses pembentukan persepsi adalah organisasi perseptual dimana konsumen akan mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami secara lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu (Sangadji dan Sopiah 2013). Dengan demikian, responden yang memiliki perhatian terhadap klaim rendah gula akan sangat mungkin berusaha untuk mengetahui informasi lebih jelas menge-

nai klaim tersebut sehingga mereka memiliki persepsi yang benar akan klaim rendah gula.

**Hubungan Persepsi Klaim Rendah gula dan Keputusan Pembelian Produk Minuman dalam Kemasan**

Persepsi terhadap suatu produk memengaruhi keputusan pembelian produk tersebut (Sangadji dan Sopiah 2013). Pada penelitian ini, setiap responden diberi pertanyaan pilihan antara produk minuman tanpa klaim dengan produk minuman dengan klaim rendah gula. Produk mana yang akan mereka pilih untuk dikonsumsi apabila kedua produk tersebut diberikan kepada mereka. Gambar 2 menunjukkan hasil pilihan responden. Sebanyak 74% dari responden memilih produk dengan klaim rendah guladibandingkan yang tanpa klaim (hanya 26% dari total responden). Hal ini menunjukkan bahwa ada minat konsumen yang kuat terhadap produk minuman berklaim rendah gula. Namun minat konsumen yang kuat ini tidak diimbangi dengan peluncuran produk berklaim *less sugar* yang cukup di pasaran. Jumlah produk rendah gula ini di pasaran Indonesia masih belum banyak.



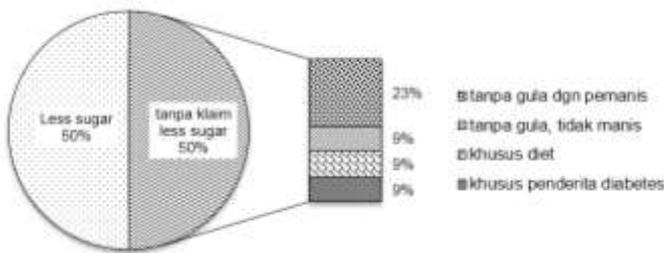
**Gambar 2.** Keputusan pembelian dan alasan responden memilih produk rendah gula

Hasil survei yang dilakukan oleh peneliti pada beberapa supermarket menemukan bahwa hanya terdapat sekitar 2% produk minuman berklaim rendah gula dari semua produk minuman yang dijual (kurang lebih 500 produk minuman). Begitu juga yang terjadi di Eropa, konsumen Italia menunjukkan perhatian terbesar dalam menghindari makanan bergula, namun hanya 3% dari produk makanan dan minuman berklaim bebas, rendah dan kurang gula diluncurkan antara Januari dan Oktober 2015 di negeri ini. Selanjutnya, hanya 5% dari produk yang diluncurkan di Spanyol, serta 4% di Polandia, Perancis dan Jerman telah menambahkan klaim bebas, rendah ataupun kurang gula (Mintel 2015).

Alasan responden memilih produk rendah gula ditunjukkan pada Gambar 2. Alasan yang paling banyak dipilih oleh responden adalah karena mereka menjaga kesehatan (takut menderita penyakit DM). Beberapa alasan yang dipilih responden pada penelitian ini sejalan dengan penelitian Patterson *et al.* (2012) yang menyatakan bahwa responden memiliki keyakinan tentang alasan mengapa gula perlu dikurangi jumlah konsumsinya yaitu berkaitan dengan kesehatan gigi, obesitas (terutama pada anak-anak), DM dan menurunkan berat badan. Banyaknya responden yang memilih alasan menjaga kesehatan membuktikan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi bahwa klaim rendah gula yang terdapat pada label minuman adalah sehat.

Hasil uji *Chi Square* antara persepsi dan keputusan pembelian responden menyatakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara keduanya pada taraf kepercayaan 5% dengan nilai p sebesar 0.004. Hal ini sejalan dengan penelitian Jeedi dan Zaiem (2010) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap label memiliki dampak positif pada niat beli konsumen. Begitu juga dengan literatur *review* yang dilakukan Drichoutis *et al.* (2006) melaporkan bahwa beberapa survei telah mempelajari efek klaim produk pangan pada keputusan pribadi untuk membeli dan menyimpulkan bahwa klaim gizi dapat memengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Sebanyak 81% dari responden yang memiliki persepsi yang benar tentang klaim *less sugar* memilih produk dengan klaim tersebut, sedangkan sebanyak 50% responden yang memiliki persepsi yang salah memilih produk tanpa klaim untuk mereka konsumsi. Persepsi salah yang mendominasi adalah persepsi bahwa produk dengan klaim rendah gula adalah produk yang tidak menggunakan gula pasir (sukrosa) namun menggunakan pemanis sintetis (Gambar 3). Hal ini membuktikan bahwa masih adanya sedikit pemikiran pada responden bahwa gula pada produk rendah gula digantikan sepenuhnya oleh pemanis sehingga mereka lebih memilih produk tanpa klaim.



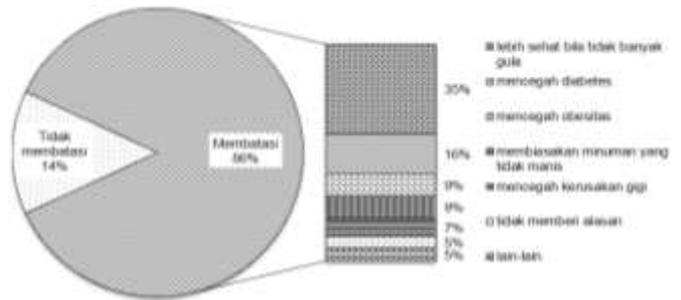
**Gambar 3.** Pemilihan produk oleh responden dengan persepsi yang salah

**Pengaruh terhadap Anak**

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian adalah keluarga. Adanya keluarga terutama anak akan memengaruhi orang tua dalam membeli sebuah produk di pasaran. FSA (2007) menyatakan bahwa salah satu alasan utama untuk mempertimbangkan label pangan adalah karena adanya anak di dalam rumah tangga. Orang tua akan membeli produk yang baik untuk anak mereka, salah satunya dengan membatasi pembelian produk yang mengandung gula. Penelitian yang dilakukan oleh Kapica (2014) di Argentina menyatakan bahwa dalam rumah tangga yang telah memiliki anak-anak, 72% dari mereka ingin makanan untuk anak-anak mereka dengan sedikit gula.

Hasil survei menyatakan bahwa sebesar 86% dari responden akan membatasi jumlah konsumsi gula pada anak mereka (Gambar 4). Menurut Dinkhoff (2009), anak-anak memiliki pola konsumsi yang sama dengan orang tua dan teman mereka baik makanan maupun minuman. Hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh lingkungan sosial dalam pola konsumsi anak. Oleh karena itu, banyak orang tua yang menerapkan membatasi jumlah konsumsi gula

pada anaknya karena mereka pun sedang melakukan hal yang sama. Sebesar 73% dari responden yang menyatakan akan membatasi jumlah konsumsi gula untuk anak mereka merupakan responden yang juga sedang berusaha membatasi jumlah konsumsi gula pada dirinya.



**Gambar 4.** Keputusan orang tua terhadap konsumsi gula pada anak dan alasannya

Usaha mengurangi jumlah konsumsi gula pada anak dilatarbelakangi oleh berbagai macam alasan. Adapun alasan yang dikemukakan oleh responden dapat dilihat pada Gambar 4. Tiga alasan yang paling banyak dikemukakan yaitu karena lebih sehat bila tidak banyak gula, mencegah terkena penyakit DM dan juga mencegah obesitas. Ketiga alasan ini erat kaitannya dengan kesehatan anak. Terdapat juga alasan lain-lain yaitu mencegah anak hiperaktif, anggapan bahwa minuman kemasan tidak sehat dan mengontrol kalori anak.

Banyaknya jumlah responden yang akan membatasi konsumsi gula pada anak mereka membuktikan bahwa telah banyak responden yang memahami bahwa konsumsi gula berlebih akan berdampak pada kesehatan yang buruk, terutama menyebabkan penyakit tidak menular. Penelitian yang dilakukan oleh Chen *et al.* (2009) membuktikan bahwa meminum minuman dengan *added sugar* dapat menyebabkan penambahan berat badan yang berakhir pada obesitas, sehingga disarankan untuk mengurangi jumlah konsumsinya. Anak kelebihan berat badan dan obesitas berisiko lebih tinggi terkena masalah kesehatan yang serius termasuk DM tipe 2, tekanan darah tinggi, asma dan masalah pernapasan lainnya, gangguan tidur dan penyakit hati (WHO 2015c).

Adapun cara yang menjadi prioritas pertama yang responden pilih untuk membatasi jumlah konsumsi gula pada anak mereka adalah dengan cara mengurangi jumlah gula pada makanan atau minuman yang dibuat. Prioritas kedua yang dipilih yaitu dengan cara mengganti penggunaan gula dengan madu dan bahan alami lainnya. Hal ini juga menjadi populer di negara lain yaitu Argentina. Menurut hasil penelitian Kapica (2014), sebesar 91% responden di Argentina lebih memilih pemanis yang berasal dari bahan alami seperti madu. Demikian juga dengan hasil penelitian Mintel yang menemukan bahwa bahan pemanis yang dianggap paling sehat adalah madu, dengan lebih dari empat per lima konsumen Polandia (87%), Italia (83%), Spanyol (80%), Perancis (77%) dan Jerman (68%) setuju bahwa madu baik untuk kesehatan mereka (Mintel 2015).

Prioritas ketiga dan keempat berturut-turut yaitu menganjurkan anak untuk mengonsumsi minuman/makanan berklaim rendah gula dan mengganti penggunaan gula dengan produk pemanis pengganti gula. Menurut Battram *et al.* (2015), faktor dominan yang memengaruhi pilihan minuman pada anak-anak adalah pola konsumsi yang merupakan praktek kontrol dari orangtua, aksesibilitas, dan iklan. Bjelland *et al.* (2015) juga dalam penelitiannya mengatakan adalah mungkin untuk mengurangi asupan gula pada anak dengan memberikan edukasi pada orang tua, karena mereka berpotensi memengaruhi anak.

Pada penelitian ini, cara menganjurkan kepada anak-anak mereka untuk membeli produk dengan klaim rendah gula lebih dipilih daripada harus menggantikan gula dengan pemanis untuk anak-anak. Hal ini mungkin disebabkan sebagian besar responden memiliki persepsi yang negatif terhadap pemanis. Hasil penelitian Kapica (2014) menyatakan bahwa 60% dari rumah tangga yang telah memiliki anak-anak di Argentina tidak menganggap pemanis buatan dapat diterima untuk anak-anak. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Sylvetsky *et al.* (2014), sebagian besar orang tua (sekitar 72% dari total responden orang tua), tidak setuju dengan pernyataan bahwa pemanis non-nutritif aman untuk dikonsumsi oleh anak. Hal tersebut dibuktikan dengan preferensi orang tua terhadap produk untuk anak lebih terhadap produk berlabel Kurang Gula (*less sugar/reduced sugar*) dan "tidak ada tambahan gula (*no added sugar*)". Hanya sedikit orang tua yang mencari produk berlabel "*light*," "*low*," atau "*free sugar*".

## KESIMPULAN

Persepsi mengenai klaim rendah gula berhubungan secara signifikan dengan jenis kelamin responden, pendidikan responden, usaha responden dalam mengurangi konsumsi gula serta keputusan pembelian. Responden wanita lebih memiliki persepsi yang benar dibandingkan responden pria. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin benar persepsi yang mereka miliki.

Semakin seseorang berusaha mengurangi konsumsi gula, persepsi yang mereka miliki akan semakin benar. Responden yang berusaha mengurangi gula akan 3 kali lebih berpeluang atau lebih cenderung memiliki persepsi yang benar daripada responden yang tidak berusaha mengurangi gula. Profil responden yang berkorelasi dengan usaha responden mengurangi konsumsi gula adalah pendidikan dan adanya riwayat DM dari orang tua. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin seseorang tersebut berusaha mengurangi konsumsi gula. Responden yang memiliki riwayat DM memiliki kecenderungan 2.3 kali lebih berusaha untuk mengurangi jumlah konsumsi gula daripada responden yang tidak memiliki riwayat DM.

Semakin benar persepsi seseorang mengenai produk dengan klaim rendah gula, maka orang tersebut akan semakin memilih produk tersebut. Responden juga berpersepsi bahwa klaim tersebut adalah sehat. Responden yang memiliki persepsi yang salah akan cenderung memilih produk tanpa klaim rendah gula. Persepsi salah yang

mendominasi adalah persepsi bahwa produk dengan klaim rendah gula adalah produk yang tidak menggunakan gula namun menggunakan pemanis.

Hasil survei menyatakan bahwa sebesar 86% dari responden akan membatasi jumlah konsumsi gula pada anak mereka. Minat konsumen yang besar terhadap usaha mengurangi konsumsi gula baik pada anak maupun dirinya sendiri memberikan peluang bagi industri produk minuman dalam kemasan, mengingat belum banyak produk berklaim rendah gulayang telah diluncurkan di pasaran. Hal ini berpotensi juga bagi pemasar untuk dapat meningkatkan peluang pasar mereka dengan memengaruhi ataupun mengedukasi para orang tua mengenai pengurangan asupan gula untuk anak. Dalam penelitian ini juga terungkap bahwa pembatasan konsumsi gula pada anak lebih diprioritaskan daripada penggunaan pengganti gula (pemanis).

## DAFTAR PUSTAKA

- [BPOM RI] Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. 2011. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor HK.03.1.23.11.11. 09909 tentang Pengawasan Klaim dalam Label dan Iklan Pangan olahan. Jakarta (ID) : BPOM RI.
- [FSA] Food Standards Agency. 2007. Review and analysis of current literature on consumer understanding of nutrition and health claims made on food. [http://www.foodlabellingreview.gov.au/internet/foodlabelling/submissions.nsf/lookupSubmissionAttachments/1ATAN-85Y6T620100531140503\\_BTDC/\\$FILE/627g.pdf](http://www.foodlabellingreview.gov.au/internet/foodlabelling/submissions.nsf/lookupSubmissionAttachments/1ATAN-85Y6T620100531140503_BTDC/$FILE/627g.pdf).
- [IDF] International Diabetes Foundation. 2014. IDF Diabetes Atlas 6<sup>th</sup> edition. [https://www.idf.org/sites/default/files/EN\\_6E\\_Atlas\\_Full\\_0.pdf](https://www.idf.org/sites/default/files/EN_6E_Atlas_Full_0.pdf).
- [USDA, HHS] U.S. Department of Agriculture and U.S. Department of Health and Human Services. 2010. Dietary guidelines for Americans 7<sup>th</sup> edition. <http://health.gov/dietaryguidelines/dga2010/dietaryguidelines2010.pdf>.
- [WHO] World Health Organization. 2015a. Diabetes Media Centre. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs312/en/>.
- [WHO] World Health Organization. 2015b. WHO Healthy Diet. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs394/en/>.
- [WHO] World Health Organization. 2015c. Reducing consumption of sugar-sweetened beverages to reduce the risk of childhood overweight and obesity. e-Library of Evidence for Nutrition Actions (eLENA) [internet]. diperbaharui 29 Oktober 2015; [diunduh 2015 November 6]. Tersedia pada : [http://www.who.int/elena/titles/ssbs\\_childhood\\_obesity/en/](http://www.who.int/elena/titles/ssbs_childhood_obesity/en/).
- Battram DS, Piche L, Beynon C, Kurtz J, He M. 2015. Sugar-sweetened beverages: children's perceptions, factors of influence, and suggestions for reducing intake. *J Nutr Educ Behav*. Vol. 15. DOI: 10.1016/j.jneb.2015.08.015.
- Berryman P. 2013. Low Sugar Does Not Mean Low Calorie [internet]; diperbaharui Januari 2016; [diunduh 2016 Maret 1]. Tersedia pada : <http://www.nordicsugar.com/know-your-sugar/sugar-and-health/articles/less-sugar>

but-same-number-of-calories.

- Bjelland M, Hausken SES, Bergh IH, Grydeland M, Klepp KI, Andersen LF, Totland TH, Lien N. 2015. Changes in adolescents' and parents' intakes of sugar-sweetened beverages, fruit and vegetables after 20 months: results from the HEIA study a comprehensive, multi-component school-based randomized trial. *Food & Nutr. Res.* [internet]. [diunduh 2015 November 23]; Vol. 59 <http://www.foodandnutritionresearch.net/index.php/fnr/article/view/25932>.
- Chen L, Appel LJ, Loria C, Lin PH, Champagne CM, Elmer PJ, Ard JD, Mitchell D, Batch BC, Svetkey LP *et al.* 2009. Reduction in consumption of sugar-sweetened beverages is associated with weight loss: the PREMIER trial. *Am J Clin Nutr.* Vol 89(5): 1299–1306. DOI:10.3945/ajcn.2008.27240.
- Dinkhoff K. 2009. Predicting the consumption of young adults concerning sugared and sugar-free beverages [thesis]. Steinfurt (DE): University Twente.
- Drichoutis AC, Lazaridis P, Nayga RM. 2006. Consumers' use of nutritional labels: a review of research studies and issues. *Academy of Marketing Science Review.* <http://www.amsreview.org/articles/drichoutis09-2006.pdf>.
- Jeddi N, Zaiem I. 2010. The impact of label perception on the consumer's purchase intention: an application on food products. <http://www.ibimapublishing.com/journals/IBIMABR/ibimabr.html>.
- Kapica C. 2014. Consumer perception in Argentina around the use of stevia in foods and beverages to reduce sugar intake. *J FASEB* [internet]. [diunduh 2015 Agustus 8]; Vol. 28 (1) : US. Tersedia pada : [http://www.fasebj.org/content/28/1\\_Supplement/](http://www.fasebj.org/content/28/1_Supplement/).
- Mintel. 2015. European Consumers Sour on Sweet: Two Thirds of French and Polish Consumers Reduce Their Consumption of Sugary Foods [ulasan]. Tersedia pada : <http://www.mintel.com/press-centre/food-and-drink/european-consumers-sour-on-sweet-two-thirds-of-french-and-polish-consumers-reduce-their-consumption-of-sugary-foods>
- Nawari. 2010. *Regresi Logistik*. Jakarta (ID) : Elex Media Komputindo.
- Patterson NJ, Sadler MJ, Cooper JM. 2012. Consumer understanding of sugars claims on food and drink products. *Nutrition Bul.* Vol. 37:121-130. doi: 10.1111/j.1467-3010.2012.01958.x.
- Sangadji EM, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Penerbit Andi, Yogyakarta. ISBN : 978-979-29-3575-2,
- Santoso S. 2010. *Statistik multivariat*. Elex Media Komputindo, Jakarta. ISBN : 978-979-27-8212-7.
- Sulaiman W. 2002. *Statistika Non-Parametrik: Contoh Kasus dan Pemecahannya dengan SPSS*. Penerbit Andi, Yogyakarta. ISBN : 979-533-9966.
- Sylvetsky AC, Greenberg M, Zhao X, Rother KI. 2014. What Parents Think about Giving Nonnutritive Sweeteners to Their Children: A Pilot Study. *Int. J. of Pediatrics* <http://www.hindawi.com/journals/ijpedi/2014/819872/>.
- Valdez R. 2009. Detecting Undiagnosed Type 2 Diabetes: Family History as a Risk Factor and Screening Tool. *J Diabetes Sci. & Tech.* 3(4):722-726.
- Yusuf M. 2014. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenadamedia Group, Jakarta. ISBN: 978-602-1186-01-5.

---

JMP-10-15-004- Naskah diterima untuk ditelaah pada 30 Oktober 2015. Revisi makalah disetujui untuk dipublikasi pada 2 Februari 2016. Versi Online: <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jmp>