

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia memiliki jumlah penduduk keempat terbanyak di dunia, tingginya pertumbuhan penduduk di Indonesia membuat permintaan terhadap berbagai kebutuhan hidup terutama pangan juga terus mengalami peningkatan. Pangan merupakan aspek terpenting dalam kehidupan manusia setelah udara dan air. Seiring dengan perkembangan zaman, peran pangan tidak pernah mengalami penurunan, sebaliknya pangan terus mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan akan kebutuhan dari kualitas dan kuantitas pangan itu sendiri. Secara umum pangan diartikan sebagai segala sesuatu yang dikonsumsi oleh manusia baik sebagai makanan ataupun minuman. Pangan menjadi bagian dari budaya dan kehidupan manusia yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks, karena itulah kegiatan manusia dalam mengonsumsi pangan terus mengalami perubahan. Beberapa hal yang mendasari perubahan konsumen dalam memandang nilai dari suatu pangan antara lain adalah usia, status pendidikan, status sosial, teknologi, dan etnis (Aan 2007).

Permintaan terhadap pangan ternyata tidak hanya karena kebutuhan untuk bertahan hidup, tetapi juga karena faktor keinginan yang terkait dengan kualitas hidup. Semakin tingginya status sosial dan pendidikan masyarakat serta semakin baiknya penyebaran informasi yang benar mengenai pangan, maka tuntutan akan kualitas pangan yang tinggi dan bergizi akan semakin besar, salah satu jenis pangan yang sangat baik untuk dikonsumsi dan bermanfaat bagi kesehatan tubuh adalah susu. (Aan 2007).

Susu adalah cairan bergizi berwarna putih yang dihasilkan oleh kelenjar susu mamalia betina. Susu adalah sumber gizi utama bagi bayi sebelum mereka dapat mencerna makanan padat. Susu juga diolah menjadi berbagai produk seperti mentega, yogurt, es krim, keju, susu kental manis, susu bubuk dan lain-lainnya untuk konsumsi manusia (Wikipedia, 2009). Susu kaya akan zat gizi yang penting bagi pertumbuhan dan kesehatan manusia. Zat gizi terpenting yang terkandung dalam susu adalah kalsium. Kalsium berguna untuk pembentukan tulang dan mencegah tulang keropos. Namun, tidak semua orang menyadari akan pentingnya mengkonsumsi susu setiap hari. Hal ini menyebabkan tingginya penyakit osteoporosis terutama pada wanita lanjut usia. Beberapa alasan orang tidak mengonsumsi susu, di antaranya karena bosan, tingkat perekonomian rendah, atau kurang tahu mengenai berbagai kandungan zat gizi susu.

Susu sapi murni awalnya di jual warung-warung tenda atau tidak permanen, tetapi sekarang dengan berkembangnya jaman warung susu mulai berkembang lebih baik dengan penyajian yang lebih baik pula. Susu sapi murni yang mulai berkembang dan banyak dijumpai sebagai *trend* di Yogyakarta adalah susu sapi murni. Banyaknya warung susu sapi murni dengan berbagai rasa dan penyajian yang berbeda membuat masyarakat mulai kembali mengonsumsi susu sapi murni. Berkembangnya penjualan susu sapi murni ini, kini mulai banyak digemari dari berbagai kalangan. Ada banyak jenis warung susu murni di Yogyakarta, namun dari berbagai jenis warung susu tersebut dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu jenis warung ruko dan warung tenda. Warung susu tetap merupakan warung susu berbentuk ruko atau memiliki lahan tetap, sebaliknya warung tenda

merupakan warung susu yang didirikan di trotoar dengan harus membongkar pasang tempat untuk berjualan. Kedua jenis warung tersebut tentunya memberikan keunggulan tersendiri untuk menarik konsumen potensialnya. Ada berbagai keunggulan yang diberikan oleh masing-masing jenis warung susu murni, antara lain lokasi, fasilitas, menu dan pelayanan. Berbagai keunggulan tersebut tentunya menjadi alasan atau dorongan konsumen untuk mengonsumsi susu murni di masing-masing warung tersebut.

Adanya perbedaan dan keunggulan jenis warung tentunya membedakan motivasi konsumen dalam mengonsumsi susu sapi murni. Motivasi merupakan salah satu faktor yang berasal dari diri konsumen untuk mengonsumsi susu sapi murni. Dari latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana profil warung dan konsumen yang mengonsumsi susu sapi murni di “Marko Milk” dan “Julia Gizi”?
2. Apa saja motivasi konsumen dalam mengonsumsi susu sapi murni di “Marko Milk” dan “Julia Gizi”?
3. Adakah perbedaan motivasi konsumen dalam mengonsumsi susu sapi murni di “Marko Milk” dan “Julia Gizi”?

#### **B. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui secara umum profil warung dan profil konsumen yang mengonsumsi susu sapi murni di “Marko Milk” dan “Julia Gizi”
2. Mengetahui motivasi konsumen dalam mengonsumsi susu sapi murni di “Marko Milk” dan “Julia Gizi”.

3. Mengetahui perbedaan motivasi konsumen dalam mengkonsumsi susu sapi murni di “Marko Milk” dan “Julia Gizi”.

**C. Kegunaan Penelitian**

1. Perbedaan motivasi konsumen tersebut perlu diketahui masing-masing pemilik atau pengelola warung susu murni sebagai dasar pada program pemasaran kedepannya agar tepat sasaran.
2. Sebagai salah satu referensi bagi pemula yang kedepannya ingin membuka bisnis atau mengembangkan usaha susu sapi murni di DIY.
3. Sebagai tambahan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidang pemasaran khususnya yang terkait dengan motivasi, baik untuk para mahasiswa yang membutuhkan bahan acuan untuk penelitian yang sejenis maupun bagi kalangan umum.