

ANALISIS PERMINTAAN PRODUK NUTRISI *SHAKE MIX* DARI HERBALIFE DI KOTA PEKANBARU

Oleh
William Silitonga
Pembimbing : **Zulkarnaini dan Hendro Ekwarso**

Faculty of Economics Riau University, Pekanbaru, Indonesia
email : willi.silitonga@gmail.com

The Analyse of Demand Nutrition Product *Shake Mix*
From The Herbalife In Pekanbaru City

ABSTRACT

This research was conducted to determine the factors that influence the demand of nutrition product Shake Mix from Herbalife among reproductive age consumers in Pekanbaru city. The data used in this research is primary and secondary data. Using descriptive data analysis methods. The population in this research is peoples on productive age who consume Shake Mix sampled 100 respondents using the Slovin formula. The result of this research showed that the factors that influence the demand of Shake Mix from Herbalife is the ability or efficacy of the product, affordable prices and interesting flavors.

Keywords : demands, nutrition, Herbalife, Shake Mix, diet, price

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pelaksanaan pembangunan ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah dititik beratkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Berbagai upaya dan kebijakan pembangunan telah dilaksanakan oleh pemerintah dan difokuskan pada pemerataan pembangunan, salah satu upaya tersebut adalah penyediaan sarana kesehatan bagi masyarakat yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan, karena tingkat kesejahteraan suatu masyarakat terlihat pada tingkat pemenuhan kebutuhannya yang didukung oleh

kesehatan jasmani.

Produktivitas yang tinggi akan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang tinggi pula. Dan untuk menciptakan produktivitas yang tinggi tidak hanya dibutuhkan peningkatan keahlian yang dimiliki, namun di dukung oleh faktor lain yaitu sarana dan prasarana kesehatan masyarakat.

Salah satu sasaran yang ingin dicapai adalah adalah pelayanan kesehatan. Karena kesehatan merupakan salah satu faktor yang utama yang menentukan perbaikan produktivitas kinerja sumber daya manusia bangsa Indonesia. Dan dalam usaha peningkatan tersebut

perlu dipersiapkan saran dan prasarana yang mendukung dan memadai, dan salah satunya adalah penyediaan suplemen makanan yang mencukupi permintaan masyarakat. Permintaan suplemen oleh masyarakat juga didasarkan terhadap beberapa alasan. Selain karena kenaikan jumlah penduduk dan kenaikan pendapatan, juga disebabkan oleh harga yang bisa dijangkau oleh masyarakat serta kualitas suplemen tersebut terjamin oleh pemerintah dan balai POM (Pengawasan Obat dan Makanan).

Herbalife adalah perusahaan multinasional yang bergerak di bidang nutrisi dan diet yang berpusat di Amerika Serikat yang berdiri pertama kali pada tahun 1980 oleh Mark Hughes. Di Indonesia sendiri Herbalife sudah mengambil tempat di dalam masyarakat Indonesia, yang dibuktikan dengan hampir meratanya distribusi cabang, distributor, agen, serta konsumen Herbalife itu sendiri.

Tabel Produk Dan Harga Inner Nutrition Herbalife

PRODUK	VP	HARGA (Rupiah)
<i>Shake Mix</i>	18,40	352.000
Herbal Concentrate	21,50	347.000
Fiber & Herb Tablets	7,35	140.000
Cell-U-Loss	15,75	210.000
Lipo Bond	15,40	282.000
NRG Instant Tea	14,75	233.000
Herbal Aloe Concentrate	24,95	347.000
Herbalifeline	25,75	436.000
Nutrition Activator	20,50	347.000
Multivitamin Complex	19,95	333.000
Mega Garlic plus	12,95	352.000
Tri Shield	35,50	596.000
Protein Powder	17,95	352.000

Sumber: dietsehat.us/list/

Tabel diatas adalah daftar produk nutrisi Herbalife beserta poin setiap

Herbalife memakai penjualan produk dengan sistem MLM (*Multi Level Marketing*), dimana rumusan dasar MLM adalah suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh pada distributor lepas yang memperkenalkan para distributor lainnya; pendapatan dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran – pembayaran berdasarkan total penjualan kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor (Clothier, 1996: 33).

Herbalife memiliki bermacam- macam produk nutrisi makanan yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh serta produk diet untuk masyarakat yang ingin menjaga asupan kalori dan mendapatkan bentuk tubuh ideal yang diinginkan.

pembelian produk dan harga dari produk nutrisi Herbalife. Selain menjadi konsumen dari produk

Herbalife masyarakat juga banyak yang menjadi anggota dari Herbalife itu sendiri dikarenakan peluang MLM itu sendiri menarik bagi masyarakat seperti ; setiap orang dapat melakukan usaha MLM dengan pelatihan penuh secara gratis; Penghasilan tanpa batas dan waktu yang tak terbatas untuk menikmatinya; Dapat menjadi bos dalam usaha MLM, bukan sponsor anda ataupun perusahaan (selain peraturan dan tatanan yang wajar) (Clothier, 1996: 32).

Beberapa poin dimana produk *Shake Mix* dari Herbalife lebih baik dari produk kompetitor adalah : Sudah terjamin kualitasnya dengan dibuktikan dengan berbagai penelitian tentang manfaat dan khasiat dari produk *Shake Mix* itu sendiri, bahan baku utama dari *Shake Mix* itu sendiri adalah kacang kedelai yang memiliki banyak kandungan nutrisi yang bisa dikonsumsi oleh masyarakat vegetarian dan aman bagi penderita asam urat, serta mengandung nutrisi yang lengkap dari vitamin, asam amino, protein nabati, dan antioksidan. Hal ini yang menarik peneliti untuk meneliti permintaan produk ini di masyarakat Pekanbaru dengan judul “**Analisis Permintaan Produk Nutrisi *Shake Mix* dari Herbalife di Kota Pekanbaru**”.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisa Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk nutrisi *Shake Mix* di Kota Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui

perkembangan permintaan produk nutrisi *Shake Mix* di Kota Pekanbaru.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai:

- a. Sumber informasi bagi Herbalife Pekanbaru untuk memperlancar distribusi permintaan nutrisi *Shake Mix* di Pekanbaru.
- b. Sumber informasi bagi berbagai pihak terkait yang terlibat dalam peningkatan derajat kesehatan masyarakat dan bagi sumber penelitian lebih lanjut

TINJAUAN PUSTAKA

Permintaan

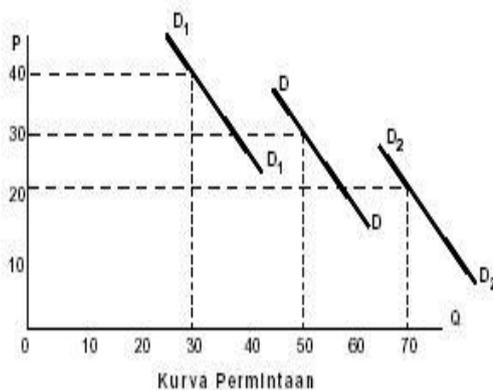
Pengertian permintaan adalah berbagai jumlah (kuantitas) suatu barang dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harga barang (Soeharno, 2009). Kadariah (1994: 1) mengemukakan jika orang mengatakan permintaan maka yang dimaksud adalah permintaan yang disertai daya beli terhadap suatu benda. Dalam menerangkan permintaan terhadap suatu benda diadakan asumsi bahwa semua harga lainnya tetap dan konsumen mempunyai pendapatan tertentu.

Hukum permintaan menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Sifat hubungan seperti itu disebabkan pertama karena kenaikan harga menyebabkan pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang

yang mengalami kenaikan harga. . Kedua kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang yang mengalami kenaikan harga (Sukirno, 2006:76).

Teori Permintaan Dan Kurva Permintaan

Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan antara hubungan jumlah barang yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan (Sugiarto, dkk, 2005:34). Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan (Sukirno, 2006:75).). Kurva permintaan menggambarkan hubungan antara jumlah yang diminta dengan harga, *ceteris paribus*.



Pergeseran kurva permintaan kekanan atau ke kiri disebabkan oleh perubahan permintaan yang ditimbulkan oleh faktor-faktor selain harga komoditas tersebut. Sebagai

contoh kenaikan pendapatan memungkinkan pembeli untuk menaikkan permintaan pada setiap tingkat harga komoditas yang dibeli tidak berubah sehingga akan menggeser kurva permintaan tersebut kekanan.

Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan dalam ilmu ekonomi adalah sebuah fungsi yang menunjukkan hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang diminta oleh masyarakat. Fungsi permintaan berasal dari dua kata yaitu “fungsi” dan “permintaan”. Fungsi adalah ketergantungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Fungsi secara umum ditulis dengan $y=F(x)$. Sedangkan Permintaan adalah banyaknya barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen

Secara matematis, fungsi permintaan dinyatakan sebagai berikut (Sugiarto dkk, 2005:38):

$p = F(q)$ dimana:

p = price (harga)

q = quantity of goods (banyaknya jumlah barang/jasa)

F = ketergantungan antara aharga dengan jumlah barang.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

- **Harga Barang Yang Diminta** : Permintaan terhadap suatu komoditas terutama dipengaruhi oleh harga komoditas itu sendiri dengan asumsi faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*).
- **Harga Barang Lain** :

Mengenai pengaruh harga barang lain terhadap permintan dilihat dengan pengaruh harga barang substitusi, barang komplementer dan barang netral.

- Barang substitusi (pengganti barang) adalah barang yang dapat mengganti fungsi dari barang lain sehingga harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Pada umumnya, bila harga barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan (Sugiarto, dkk 2005: 43-44)
- **Jumlah Penduduk** : Pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian lebih banyak orang yang menerima pendapatan dan ini menambah daya beli dalam masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan (Sukirno, 2006:82).
- **Advertensi Dan Promosi** : Promosi yang dilakukan oleh penjual diharapkan dapat meningkatkan permintaan terhadap barang tersebut, karena kegiatan promosi itu dimaksudkan untuk mempengaruhi selera dan pola preferensi konsumen. Promosi barang pengganti akan berdampak negatif terhadap jumlah barang yang

dijual karena konsumen diharapkan untuk berpindah dari konsumsi barang tersebut ke konsumsi barang pengganti. Sebaliknya, promosi barang komplementer atau pelengkap akan mempunyai dampak positif, karena konsumen akan membeli barang tersebut dan barang komplementer bersama-sama dalam jumlah yang lebih banyak dan proporsional sifatnya (Suparmoko, 1998:24)

- **Saluran Distribusi Dan Tempat Penjualan** : Semakin banyak saluran penjualan akan semakin banyak konsumen yang dapat dijangkau oleh perusahaan serta dapat membuat konsumen lebih mudah mendapatkan barang yang dihasilkan perusahaan tersebut, demikian pula memungkinkan adanya pelayanan yang lebih memuaskan misalnya untuk reparasi, pemberian saran-saran kepada konsumen, ataupun jaminan yang lebih baik, yang ini mendukung atau mendorong meningkatnya penjualan secara total (Suparmoko, 1998: 25).
- **Perilaku Konsumen** : didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide

(Mowen, 2001: 6)

- **Faktor Kebudayaan :** Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk hidup lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya (Setiadi, 2010: 10).
- **Faktor-faktor Pribadi :** Faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain umur dari konsumen itu sendiri, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dimana gaya hidup mencerminkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan, serta kepribadian dan konsep diri dari konsumen yang harus dipelajari untuk mengetahui perilaku dari konsumen tersebut (Setiadi, 2010: 12).

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru. Dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan Ibu Kota Provinsi Riau yang merupakan pusat pemerintahan, pusat industri, perdagangan dan jasa serta di daerah ini mengalami peningkatan populasi masyarakat

yang cukup tinggi. Sehingga penulis merasa perlu untuk melihat bagaimana pola permintaan masyarakat terhadap nutrisi makanan ini di kota Pekanbaru.

Populasi dan Sampel

Peneliti akan mengambil populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat usia produktif di Kota Pekanbaru yaitu sebesar 389.921 jiwa menurut data BPS tahun 2013 dan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling yaitu pemilihan sampel kepada konsumen yang mudah ditemui. Hal ini dilakukan karena mempertimbangkan faktor biaya, tenaga dan waktu. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan standar error 10% (Umar : 2003).

Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis dan sumber pengambilan data yang terdiri dari data primer dan data sekunder

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik yaitu : a) Mengumpulkan data-data sekunder yang dibutuhkan melalui instansi yang berhubungan dengan objek penelitian, b) Kuesioner dalam bentuk pertanyaan yang menyangkut variabel-variabel yang dibutuhkan dalam penelitian, c) Wawancara untuk menemukan informasi-informasi tambahan baik itu dari responden, pihak penjual produk,

maupun pihak yang berkaitan dengan penelitian.

Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode analisis deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode untuk menganalisis data primer yang langsung diambil melalui kuesioner, kemudian dianalisis dengan menggunakan penyajian tabel frekuensi. Sehingga tabel tersebut dapat menjelaskan jumlah atau proporsi sampel pada karakteristik tertentu (Usman, 2006: 118).

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Keadaan Geografis

Kota Pekanbaru merupakan ibukota Provinsi Riau. Secara geografis kota Pekanbaru terletak antara $101^{\circ} 14 - 101^{\circ} 34$ Bujur Timur dan $0^{\circ} 25 - 0^{\circ} 45$ Lintang utara dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar antara 50 – 150 meter. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 3 Tahun 2003 dan No. 4 Tahun 2004, daerah Kota Pekanbaru terdiri dari 12 Kecamatan dan 58 Kelurahan. Dari hasil pengukuran oleh BPN provinsi Riau maka ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru adalah $632,26 \text{ km}^2$ dan secara keseluruhan jumlah penduduk kota Pekanbaru pada tahun 2012 adalah sebanyak 964.558 jiwa, mengalami penambahan penduduk sebanyak 26.619 jiwa atau bertambah sebesar 2,84 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Kota Pekanbaru pada tahun 2012 memiliki duabelas kecamatan

dimana terdapat 3 kecamatan yang memiliki luas wilayah terluas di Pekanbaru yaitu kecamatan Tenayan Raya, kecamatan Rumbai Pesisir dan kecamatan Rumbai. Kecamatan Tenayan Raya dengan luas wilayah $171,27 \text{ km}^2$ yang terdiri dari 4 kelurahan memiliki jumlah penduduk sebanyak 136.716 jiwa atau sebesar 19,57 persen dari seluruh jumlah penduduk di Kota Pekanbaru pada tahun 2012. Kemudian pada kecamatan Rumbai Pesisir memiliki luas wilayah $157,33 \text{ km}^2$ yang terdiri dari 6 kelurahan dengan jumlah penduduk sebanyak 69.016 jiwa atau sebesar 7,16 persen dari seluruh jumlah penduduk di Kota Pekanbaru, luas wilayah kecamatan Rumbai yaitu $128,85 \text{ km}^2$ terdiri dari 5 kelurahan dengan jumlah penduduk sebanyak 70.219 jiwa atau 7,28 persen dari seluruh jumlah penduduk di Kota Pekanbaru pada tahun 2012.

Ketenagakerjaan dan Kondisi Perekonomian

Penduduk usia angkatan kerja di Pekanbaru sebanyak 408.871 jiwa dimana penduduk yang bekerja sebanyak 389.921 jiwa dan yang masih pengangguran sebanyak 18.950 jiwa dengan tingkat pengangguran sebesar 4,63% menurut data yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik Provinsi Riau Tahun 2013. Pada tahun 2012 penduduk yang berusia 15 tahun ke atas pada tahun 2012 kebanyakan bekerja pada sektor perdagangan sebanyak 153.842 orang, kemudian sektor jasa lainnya sebanyak 99.429 orang, sektor industri pengolahan sebanyak 25.062 orang, sektor pertambangan dan penggalian merupakan sektor yang paling sedikit digeluti oleh penduduk kota

Pekanbaru, terutama yang berusia 15 tahun keatas sebanyak 3.005 orang.

Perekonomian yang semakin membaik membuat tingkat kenaikan upah minimum tiap tahunnya juga meningkat sebagai perbandingan tahun 2011 tingkat upah minimum di Kota Pekanbaru sebesar Rp. 1260.000 dan pada tahun 2012 naik menjadi Rp.1.450.000 atau naik sebesar 15,07%. Sumbangan PDRB terbesar untuk kota Pekanbaru berasal dari sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran sebesar 9.464.316,85 pada akhir tahun 2010 dari total 36.753.401,40 (Pekanbaru Dalam Angka 2013).

Sarana Dan Prasarana Kota Pekanbaru

Peningkatan perencanaan pembangunan daerah diutamakan untuk penyediaan fasilitas-fasilitas pelayanan publik dalam pembangunan infrastruktur Pekanbaru seperti : sarana kesehatan, sarana perkantoran, sarana lapangan kerja, sarana pemukiman, sarana transportasi, sarana ekonomi dan lain sebagainya. Dalam sarana kesehatan mempunyai peranan yang sangat penting sebagai suatu indikator untuk meningkatkan kesehatan manusia yang ada.

Ketersediaan tempat untuk mendapatkan pengobatan dan obat-obatan sangat dibutuhkan dalam meningkatkan tingkat kesehatan masyarakat begitu juga dengan tenaga medis yang ada yang mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Sarana lapangan pekerjaan sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk

memenuhi tingkat kebutuhan hidupnya. Karena dengan adanya sarana ini masyarakat akan mampu bekerja dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Keuntungan yang didapat dari sarana ini adalah berkurangnya pengangguran yang menjadi beban pemerintah daerah. Jika ditinjau dari sarana pemukiman maka Kota Pekanbaru dihadapkan pada masalah pembangunan rumah-rumah baru setiap tahunnya yang belum dapat mengimbangi jumlah pertumbuhan penduduk. Hal ini dikarenakan biaya pembangunan rumah, khususnya perumahan rakyat masih tinggi dan belum terjangkau oleh sebagian masyarakat.

Saat ini Pemerintah Kota (Pemko) Pekanbaru memiliki sarana pengangkutan masal *Bus Rapid Transit* (BRT) yang dinamakan Trans Metro Pekanbaru dimana BRT telah dilengkapi dengan halte dan rute tersendiri yang menjangkau sebagian besar daerah di Kota Pekanbaru. Selain itu infrastruktur juga dapat berfungsi untuk memperlancar aktifitas produksi, distribusi barang dan jasa, sebagai contoh bandara dapat digunakan untuk pengiriman barang dan jasa yang sifatnya harus segera sampai, pelabuhan sebagai prasarana untuk pengangkutan barang dan jasa yang dalam jumlah besar.

Sejarah Perusahaan Herbalife

Herbalife merupakan produsen nutrisi dengan sistem pendistribusian secara *Multi Level Marketing* (MLM) yang bermula dari Amerika Serikat oleh Mark Hughes pada tahun 1980 yang kini tersebar di banyak negara. Di Indonesia

persebaran Herbalife cukup signifikan ditandai dengan terdapatnya *sales centre* dan *Quick Responce Centre (QRC)* di kota Surabaya, Medan, Makassar, Bandung, Tangerang, Pekanbaru, Bekasi, Banjarmasin, Yogyakarta, Solo, Papua. Indonesia mempunyai kantor Pusat Distribusi *Quick Responce Centre (QRC)* di Gedung Menara Dea II, Jl. Mega Kuningan Barat, Jakarta. Di kota Pekanbaru lokasi *Quick Response Center (QRC)* terletak di Kompleks Sudirman Bussines Central, Jl. Jenderal Sudirman Blok B No. 10, Pekanbaru. QRC ini menerima pemesanan

produk nutrisi Herbalife yang terbagi atas 2 bagian, yaitu Nutrisi Dalam Tubuh dan Nutrisi Luar Tubuh dan terdapat 3 pilihan dalam pembelian produk yaitu 1) Melalui Kartu Kredit, 2) Dengan Pembayaran Tunai dan 3) Dengan transfer ke rekening Herbalife.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif yang dida[ati data dari 100 orang responden berusia produktif yang berada di kota Pekanbaru, dimana didapatkan data responden sebagai berikut :

Tabel Jenis Kelamin Responden Konsumen Produk Shake Mix di Kota Pekanbaru

No.	Jenis Kelamin	Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pria	38	38
2	Wanita	62	62
Jumlah		100	100

Dari data tabel diatas diketahui bahwa mayoritas jenis kelamin responden pada penelitian ini adalah wanita dengan jumlah 62

orang dan pria sebanyak 32 orang dari total 100 orang responden. Dan tingakt pendidikan yang beragam dari responden yang ditunjukkan dalam tabel dibawah ini

Tabel Tingkat Pendidikan Responden Yang Menggunakan Produk Shake Mix di Kota Pekanbaru

No	Tingkat Pendidikan	Responden (Orang)	Persentase (%)
1	≤SMA	25	25
2	Diploma	29	29
3	Sarjana	46	46
Jumlah		100	100

Dimana digambarkan dalam tabel diatas bahwa responden dengan tingkat pendidikan sarjana dan seterusnya berjumlah 46 orang, tingkat pendidikan diploma sebanyak 29 orang dan maksimal pendidikan

SMA sederajat berjumlah 25 orang responden.

Jenis pekerjaan responden juga menjadi pertimbangan peneliti untuk diketahui dimana dari 100 orang rsponden terdapat pembagian pekerjaan sebagai berikut.

Tabel Jenis Pekerjaan dari Responden Produk Shake Mix di Kota Pekanbaru

No	Jenis Pekerjaan	Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Wiraswasta	12	12
2	PNS	10	10
3	Pegawai Swasta	43	43
4	Lainnya	35	35
Jumlah		100	100

Dari tabel daftar pekerjaan diatas diketahui terdapat 12 orang responden bekerja sebagai wirausahawan, 10 orang responden sebagai Pegawai Negeri Sipil, 43 orang bekerja sebagai Pegawai Swasta dan 35 orang berada dalam

jenis pekerjaan lain seperti ibu rumah tangga, pelajar/mahasiswa, kontraktor dan lain sebagainya. Peneliti juga membuat daftar pertanyaan berupa jumlah pendapatan perbulan dari responden yang mengkonsumsi produk *Shake Mix* yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini

Tabel 20. Tingkat Pendapatan Responden

No.	Tingkat Pendapatan (Rupiah)	Responden (Orang)	Persentase (%)
1	<1.000.000	0	0
2	1.000000 – 1.999.999	19	19
3	2.000.000 – 2.999.999	36	36
4	3.000.000 – 3.999.999	28	28
5	4.000.000 – 4.999.000	8	8
6	>5.000.000	9	9
Jumlah		100	100

Dari tabel jumlah pendapatan tersebut didapati data bahwa tingkat pendapatan dengan jumlah responden terbanyak berada pada tingkat Rp.2.000.000-Rp.2.999.999 sebanyak 36 orang responden dan tingkat pendapatan dengan responden paling sedikit yaitu pada

tingkat pendapatan Rp.4.000.000-Rp.4.999.999 dengan 8 orang responden.

Pertanyaan kuesioner penelitian mengenai faktor-faktor permintaan produk nutrisi *Shake Mix* dari Herbalife ini diawali dengan awal mengenal produk nutrisi *Shake Mix* dimana 56% responden

Tabel Awal Responden Mengenal Produk Shake Mix

No.	Sumber Mengenal	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Keluarga	31	31
2	Teman	56	56
3	Iklan	10	10
4	Lainnya	3	3
Jumlah		100	100

mengenal produk *Shake Mix* dari teman dan kemudian alasan

konsumen yang menjadi responden memilih produk *Shake Mix* adalah dari manfaat produk itu sendiri bagi kesehatan, sebagai produk nutrisi

diet bagi konsumen yang ingin menjaga berat badan dan bentuk

tubuh yang diinginkan sebanyak 63% dari total responden

Tabel Alasan Memilih Shake Mix dibanding Kompetitor

No.	Alasan Konsumen	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Harga	24	24
2	Manfaat	63	63
3	Varian Rasa	8	8
4	Alasan Lain	5	5
Jumlah		100	100

dimana manfaat yang bisa didapatkan dari mengkonsumsi *Shake Mix* antara lain baik untuk penderita kanker, keropos tulang, menurunkan kadar kolesterol, menyeimbangkan hormon dalam tubuh (Informasi Produk : 10). Sebanyak 24 konsumen yang menjadi responden memilih *Shake Mix* dikarenakan harganya, yaitu sebesar Rp. 352.000 yang menurut responden adalah harga yang masuk akal untuk sebuah produk nutrisi, sebanyak 8 orang memilih produk *Shake Mix* dikarenakan adanya varian rasa yang menarik bagi konsumen dimana terdapat 3 varian rasa, yaitu Cokelat, Strawberry, dan Vanilla.

Dari 100 orang responden dimana semuanya mengkonsumsi produk nutrisi lain pendamping *Shake Mix* dimana 40 orang mengkonsumsi produk Herbal Concentrate, sebanyak 25 orang mengkonsumsi produk Cell U Loss, 22 orang mengkonsumsi produk NRG Instant Tea, dan 13 orang mengkonsumsi produk komplementer lain yang merupakan bagian dari Herbalife.

Cell U Loss adalah solusi dari Herbalife untuk mereka yang ingin menghilangkan selulit atau lemak

yang menggumpal di bawah permukaan kulit, lemak yang menggumpal ini dihancurkan dan berubah menjadi asam lemak yang kemudian dibakar menjadi energi, yang mempunyai dampak berkurangnya kadar kolesterol dalam darah yang merupakan penyebab dari penyakit stroke. Herbal Concentrate merupakan teh khusus dari Herbalife yang sering disebut juga “Aerobik Dalam Botol” dikarenakan efek panas yang ditimbulkannya dikarenakan pembakaran kalori dan lemak menjadi energi, tubuh menjadi segar, tidak loyo, dan bertenaga sepanjang hari. Produk nutrisi ini baik untuk mereka yang ingin menurunkan berat badan namun malas atau tidak punya waktu untuk berolahraga. Nature’s Raw Guarana Instant Tea atau yang biasa disebut NRG Instant Tea adalah produk nutrisi berbentuk teh yang berasal dari daun teh Guarana, Brasil yang mempunyai manfaat membantu meningkatkan stamina yang optimal; meningkatkan daya pikir dan konsentrasi; memperbaiki masalah yang timbul dikepala seperti pusing dan migrain, memperbaiki masalah alergi (Informasi Produk : 17).

Tanggapan responden terhadap pemakaian produk nutrisi selain dari Herbalife, ada 83 dari 100

orang responden yang menyatakan tidak mengkonsumsi produk nutrisi lain selain dari Herbalife dan ada 17 orang yang mengkonsumsi produk nutrisi lain selain dari Herbalife. Hal yang melatarbelakangi mayoritas konsumen tidak mengkonsumsi produk nutrisi lain selain dari Herbalife diantaranya konsumen yang sudah merasakan manfaat dari produk dari Herbalife itu sendiri dan responden yang sudah terdaftar menjadi anggota Herbalife itu sendiri dimana terdapat beberapa keuntungan yang diberikan ketika menjadi anggota Herbalife.

Adakalanya ketersediaan produk *Shake Mix* di distributor mengalami kekosongan yang diakibatkan oleh beberapa faktor seperti pengiriman yang terlambat dari pusat, tingginya permintaan pada suatu periode sehingga persediaan lebih cepat habis dari biasanya dan adanya beberapa kebijakan dari perusahaan sehingga membuat konsumen dihadapkan pada kondisi harus menunggu atau mengganti dengan produk nutrisi lainnya, dari 100 orang responden memilih jawaban yang digambarkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel Kesiediaan Menunggu Ketika Produk Kosong

No	Kesiediaan Konsumen	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Menunggu	90	90
2	Mengganti Dengan Produk Lain	10	10
Jumlah		100	100

Dari tabel diatas menggambarkan bahwa 90 dari 100 orang responden menyatakan memilih menunggu ketika persediaan *Shake Mix* sedang kosong di distributor dengan alasan loyal atau setia terhadap produk *Shake Mix* yang sudah terbukti manfaatnya bagi kondisi kesehatan mereka, dan 10 orang responden yang memilih mencoba mengganti ke produk nutrisi dari produsen lain.

Setelah mengkonsumsi produk *Shake Mix* dalam beberapa waktu, adanya kemungkinan konsumen untuk melanjutkan konsumsi *Shake Mix* untuk seterusnya ataupun tidak yang dilatarbelakangi dengan beberapa alasan yang dirangkum dalam tabel dibawah ini.

Tabel Kesiediaan Meneruskan Konsumsi Untuk Seterusnya

No	Kesiediaan Konsumen	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Ya	95	95
2	Tidak	5	5
Jumlah		100	100

Sumber : Data Olahan Primer 2014

Dari tabel diatas dapat digambarkan bahwa 95 orang dari 100 responden menyatakan mereka bersedia untuk melanjutkan konsumsi *Shake Mix* mereka untuk seterusnya yang dilatarbelakangi dengan beberapa alasan seperti : sudah merasakan manfaat dari *Shake Mix* dan ingin menjaga kondisi kesehatan tubuhnya; sebagai bagian dari program diet dari konsumen; serta menjadikan peluang usaha bagi

konsumen dimana mereka memakai produk *Shake Mix* swakonsumsi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut

1) Faktor- faktor yang memengaruhi permintaan produk nutrisi *Shake Mix* dari Herbalife dikalangan masyarakat usia produktif di Kota Pekanbaru adalah faktor khasiat atau kemampuan produk nutrisi tersebut menjaga kondisi kesehatan tubuh konsumen, serta menjadi nutrisi diet, harga yang terjangkau untuk konsumen, faktor varian rasa yang beragam.

2) Masyarakat yang mengkonsumsi produk *Shake Mix* dari Herbalife dikarenakan khasiatnya yang sudah terbukti sebagai nutrisi yang membantu menjaga kondisi kesehatan tubuh, sebagai nutrisi yang membantu proses diet konsumen dimana *Shake Mix* dikonsumsi menggantikan menu makan biasa.

3) Permintaan akan produk nutrisi

Shake Mix tetap perbulan cenderung menaik, hal ini dikarenakan kesadaran dari masyarakat yang mengkonsumsi untuk tetap menjaga kondisi kesehatan tubuhnya. Hal ini juga dikarenakan *Shake Mix* adalah produk nutrisi andalan dari Herbalife dimana promosi produk ini gencar dilaksanakan oleh para distributor independent maupun dari *member* biasa Herbalife.

4) Konsumsi produk *Shake Mix* dibarengi dengan produk komplementer yang mendukung kemampuan atau khasiat dari *Shake Mix* itu, mayoritas konsumen mengkonsumsi produk komplementer langsung dari Herbalife itu sendiri. Hal ini selain mendapatkan hasil yang maksimal juga sebagai ajang pembuktian terutama bagi konsumen yang juga anggota dari Herbalife bahwa metode swakonsumsi mereka berhasil dan peneliti dapat memberikan saran kepada pihak yang terkait tingkat permintaan produk *Shake Mix* masih cukup potensial dimana tingkat pendapatan masyarakat kota Pekanbaru semakin meningkat tiap tahun yang berpengaruh juga terhadap kesadaran masyarakat akan kesehatannya. Kondisi seperti ini dapat dimanfaatkan bagi masyarakat yang ingin mendapatkan penghasilan tambahan dengan menjual produk nutrisi dari Herbalife dengan sistem MLM.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing dan segenap keluarga besar civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Terimakasih dari hati yang terdalam

juga kepada Bapak Kasim yang membantu dalam hal data yang sangat berarti untuk penelitian ini, sahabat Jendam, Yohana yang mempunyai andil besar membantu penulis menyelesaikan penelitian ini. Dan untuk semua yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, Tuhan yang membalas semua kebaikan saudara-saudara. Salam penulis

William Silitonga

NIM : 0902113643

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota
Pekanbaru, 2013, *Pekanbaru
Dalam Angka 2013*
- Clothier J. Peter, 1996, *Meraup
Uang Dengan Multi Level
Marketing*, PT. Gramedia
Pustaka Utama, Jakarta.
- Herbalife, *Informasi Produk
Independent Distributor*,
Jakarta
- _____, *Rencana penjualan &
Pemasaran dan Aturan
Bisnis*, Jakarta
- Kasim, 17 November 2013 pukul
11.00 WIB, *Daftar Harga
Baru Per 17 Nov 2013*
diakses pada
<http://dietsehat.us/list/>
Tanggal 22 Desember 2013
pukul 19.00 WIB
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008.
Prinsip-prinsip Pemasaran.
Edisi 12 Jilid 1. Erlangga.
Jakarta
- Mowen, C. John, 2001, *Perilaku
Konsumen Jilid 1*, PT.
Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Setiadi J, Nugroho, Dr. S.E., M.M.
2010, *Perilaku Konsumen*
- : Perspektif Kontemporer
pada Motif, Tujuan, dan
Keinginan Konsumen*,
Kencana Prenada Media
Group, 2010.
- Soeharno, Prof. DR. ST SU, 2009,
Teori Mikroekonomi Ed. 2,
CV. Andi Offset (Penerbit
Andi), Yogyakarta
- Sugiarto, dkk, 2005, *Ekonomi Mikro
(Sebuah Kajian
Komprehensif)*, PT.
Gramedia Pustaka Utama,
Jakarta
- Sukirno, Sadono, 2006,
*Mikroekonomi Teori
Pengantar*. Ed. 1, PT. Raja
Grafindo Persada, Jakarta.
- Teguh, Muhammad, 2005.
*Metodologi Penelitian
Ekonomi*.: PT. Raja Grafindo
Persada, Jakarta.
- Tjiptono, F. 2002. *Manajemen
Jasa*. Andi Offset.
Yogyakarta
- Wijaya, Faried, Dr. M., M.A., 1999,
*Seri Pengantar Ekonomika
Mikro*, BPFE-Yogyakarta,
Yogyakarta
- [http://perusahaan.herbalife.co.id/seja
rah-kami](http://perusahaan.herbalife.co.id/sejarah-kami) diakses 10 April
2014