

PEMAHAMAN DAN PERILAKU KONSUMSI PRODUK SUSU X DALAM PENCEGAHAN OBESITAS PADA ORANG DEWASA DI KECAMATAN TENGGARONG

Ahmad Andrian^{1*}, Dian Ardyanti², Bernadetha³, Dwi Hendriani⁴

Program Studi Jurusan Promosi Kesehatan, Politeknik Kesehatan Kemenkes Kalimantan Timur^{1,2,3,4}

*Corresponding Author : andribaru72@gmail.com

ABSTRAK

Obesitas merupakan masalah kesehatan masyarakat yang terus meningkat dan menjadi faktor risiko utama berbagai penyakit tidak menular seperti diabetes, hipertensi, dan penyakit jantung. Salah satu alternatif yang digunakan masyarakat dalam upaya manajemen berat badan adalah mengonsumsi produk nutrisi seperti Susu X yang berfungsi sebagai pengganti makanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap sembilan informan yang terdiri dari konsumen Susu X dan tenaga penjual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan memiliki pemahaman yang baik mengenai fungsi dan manfaat Susu X, serta menunjukkan keseriusan dalam menjaga kesehatan. Sebagian besar informan merasakan manfaat seperti penurunan berat badan, peningkatan energi, dan tumbuhnya motivasi untuk menjalani hidup sehat. Namun, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi, antara lain harga produk yang relatif tinggi dan kurangnya pemahaman sebagian masyarakat mengenai cara konsumsi yang benar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Susu X berpotensi menjadi alternatif dalam pencegahan obesitas apabila dikonsumsi dengan pemahaman yang tepat dan dibarengi dengan pola hidup sehat.

Kata kunci : konsumsi, obesitas, pemahaman, perilaku, susu X

ABSTRACT

Obesity is a growing public health issue and a major risk factor for various non-communicable diseases such as diabetes, hypertension, and heart disease. One alternative used by the public in weight management is the consumption of nutritional products like Milk X, which functions as a meal replacement. This study employed a qualitative approach using the phenomenological method, with data collected through in-depth interviews involving nine informants consisting of Milk X consumers and sales personnel. The findings show that informants have a good understanding of the functions and benefits of Milk X and demonstrate a serious commitment to maintaining their health. Most of them reported benefits such as weight loss, increased energy, and greater motivation to lead a healthy lifestyle. However, some challenges were identified, including the relatively high price of the product and a lack of understanding among some members of the public regarding proper consumption methods. In conclusion, Milk X has the potential to serve as an alternative for obesity prevention when consumed with proper understanding and accompanied by a healthy lifestyle.

Keywords : behavior, consumption, milk product X, obesity, understanding

PENDAHULUAN

Obesitas merupakan masalah kesehatan kompleks yang berkembang pesat di seluruh dunia dan menjadi faktor risiko utama penyakit tidak menular seperti diabetes mellitus, hipertensi, dan penyakit jantung koroner (Obradovic et al., 2021; Rahman et al., 2022). WHO (2021) mendefinisikan obesitas sebagai akumulasi lemak tubuh yang abnormal atau berlebihan yang dapat membahayakan kesehatan, dengan prevalensi global mencapai 13% populasi dunia. Obesitas tidak hanya menjadi persoalan kesehatan masyarakat karena kaitannya dengan penyakit tidak menular, tetapi juga memberikan beban ekonomi yang besar. Menurut laporan McKinsey Global Institute dalam studi yang dikutip oleh GoodStats

(Obradovic et al., 2021), dampak ekonomi global akibat obesitas diperkirakan mencapai US\$2 triliun per tahun, setara dengan dampak gabungan dari merokok dan konflik bersenjata. Hal ini menunjukkan bahwa obesitas bukan hanya masalah individu, tetapi juga persoalan sosial dan ekonomi. Di Indonesia, prevalensi obesitas pada orang dewasa terus meningkat dari 35,4% pada 2018 menjadi 37,8% pada 2023 (SKI, 2023).

Data Dinas Kesehatan Kalimantan Timur (2023) menunjukkan peningkatan jumlah kasus dari 194.952 pada 2022 menjadi 239.543 pada 2023, termasuk di Kabupaten Kutai Kartanegara yang mengalami kenaikan dari 17.906 kasus menjadi 20.474 kasus pada kelompok usia 15–30 tahun. Tidak hanya obesitas secara umum, obesitas sentral atau penumpukan lemak di area perut juga mengalami peningkatan. Menurut data dari SKI (2023), prevalensi obesitas sentral naik dari 31% pada tahun 2018 menjadi 36,8% pada tahun 2023. Obesitas sentral dianggap lebih berisiko karena berkaitan erat dengan gangguan metabolik seperti resistensi insulin, dislipidemia, dan penyakit kardiovaskular (Rahman et al., 2022).

Kelompok pekerjaan tertentu, seperti pegawai negeri sipil (PNS), anggota TNI/Polri, serta karyawan BUMN dan BUMD, menunjukkan prevalensi obesitas yang lebih tinggi dibandingkan kelompok masyarakat lainnya. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan gaya hidup kurang aktif, pola makan tinggi kalori, serta stres kerja yang berkepanjangan (Hafidz, 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa obesitas tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga lingkungan sosial dan pekerjaan. Selain itu, terdapat perbedaan signifikan dalam prevalensi obesitas berdasarkan jenis kelamin dan wilayah. Data menunjukkan bahwa perempuan memiliki prevalensi obesitas yang lebih tinggi (31,2%) dibandingkan laki-laki (15,7%) (Imam, 2022). Dari sisi wilayah, provinsi seperti DKI Jakarta, Sulawesi Utara, dan Papua tercatat memiliki prevalensi gabungan kelebihan berat badan dan obesitas tertinggi di Indonesia (Anggraini et al., 2022). Perbedaan ini mencerminkan adanya pengaruh budaya, akses terhadap makanan, dan tingkat aktivitas fisik yang bervariasi.

Di Kecamatan Tenggarong, jumlah kasus obesitas pada 2024 tercatat mencapai 7.097 orang (Dinkes, 2024). Faktor penyebab meliputi pola makan tinggi kalori, rendah serat, dan gaya hidup sedentari (Herbalife, 2024). Salah satu upaya yang dilakukan masyarakat adalah mengonsumsi produk nutrisi seperti Susu X, yang diformulasikan sebagai pengganti makanan untuk membantu pengelolaan berat badan dan meningkatkan metabolisme tubuh (Anggraini et al., 2022; Hafidz, 2023). Namun, tidak semua individu memiliki pemahaman yang memadai terkait cara konsumsi yang benar, sehingga efektivitasnya dalam pencegahan obesitas dapat bervariasi (Imam, 2022).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan perilaku konsumsi Susu X dalam pencegahan obesitas pada orang dewasa di Kecamatan Tenggarong.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami secara mendalam pengalaman dan persepsi informan terkait pemahaman dan perilaku konsumsi Susu X dalam pencegahan obesitas. Penelitian dilakukan di Kecamatan Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur, pada bulan Januari hingga Maret 2025. Populasi penelitian adalah masyarakat dewasa yang mengonsumsi Susu X, sedangkan sampel terdiri dari sembilan orang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan. Variabel penelitian meliputi pemahaman tentang Susu X dan perilaku konsumsi dalam konteks pencegahan obesitas. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur dan observasi langsung. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan metode. Analisis data dilakukan secara tematik melalui tahapan

reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Penelitian ini telah memperoleh persetujuan etik dari Komite Etik Penelitian Kesehatan Poltekkes Kemenkes Kalimantan Timur dengan nomor sertifikat DP.04.03/F.XLII.25/0097/2025.

HASIL

Penelitian ini melibatkan sembilan informan yang terdiri dari 4 konsumen Susu X, 1 penjual Susu X dan 4 Teman atau keluarga konsumen. Hasil penelitian ini akan dibahas bagaimana faktor tersebut menjawab tujuan penelitian. Dalam bagian ini di bahas mengenai bagaimana pemahaman dan perilaku informan terkait dengan konsumsi produk susu X. Adapun untuk lebih jelasnya karakteristik informan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Informan

No	Informan	Pendidikan terakhir	Jenis kelamin	Umur (Thn)	Keterangan
1	IK1	SMA	Laki-laki	43	Penjual Susu X
2	IU1	SMK	Perempuan	39	Konsumen Susu X
3	IU2	S1	Perempuan	49	Konsumen Susu X
4	IU3	SLTA	Perempuan	42	Konsumen Susu X
5	IU4	SLTA	Laki-laki	37	Konsumen Susu X
6	IP1	SMP	Perempuan	59	Ibu dari IU1
7	IP2	SMK	Perempuan	28	Teman dari IU2
8	IP3	S1	Perempuan	44	Teman dari IU3
9	IP4	SLTA	Laki-laki	40	Saudara dari UI4

Pengetahuan Tentang Susu X

Mayoritas informan memahami bahwa Susu X adalah produk nutrisi pengganti makan yang diformulasikan untuk membantu pengelolaan berat badan sekaligus memenuhi kebutuhan gizi harian. Pemahaman ini mencakup fungsi produk dalam menjaga rasa kenyang, mendukung metabolisme tubuh, dan membantu menurunkan berat badan.

Pertanyaan: “Apa yang Anda ketahui tentang Susu X?”

“Yang saya ketahui, susu ini merupakan produk nutrisi dengan kandungan lengkap, seperti vitamin dan mineral. Di dalamnya juga ada karbohidrat, protein, serta berbagai jenis vitamin” (ujar konsumen X).

Pernyataan ini sejalan dengan pemahaman mayoritas informan lain yang menilai Susu X sebagai minuman bergizi seimbang. Beberapa informan menambahkan bahwa produk ini bukan sekadar susu biasa, melainkan diformulasikan khusus untuk diet dan kesehatan.

Keseriusan terhadap Kesehatan

Seluruh informan menunjukkan keseriusan dalam menjaga kesehatan, khususnya pencegahan obesitas, yang dipicu oleh riwayat pribadi maupun keluarga dengan penyakit terkait obesitas.

Pertanyaan: “Seberapa serius Anda dalam mencegah obesitas?”

“Saya sangat serius, apalagi sudah pernah kena hipertensi. Saya tidak mau sampai kena komplikasi lain” (ujar konsumen X).

Jawaban ini mencerminkan alasan umum informan lain yang termotivasi oleh pengalaman penyakit sebelumnya. Ancaman penyakit kronis menjadi pemicu utama mereka untuk lebih disiplin menjalankan pola hidup sehat.

Manfaat Konsumsi Susu X

Sebagian besar informan melaporkan penurunan berat badan antara 3–10 kg dalam 2–6 bulan konsumsi. Manfaat lain meliputi peningkatan energi, tidur lebih nyenyak, rasa kenyang lebih lama, dan meningkatnya rasa percaya diri.

Pertanyaan: “Apa manfaat yang Anda rasakan setelah mengonsumsi Susu X?”

“Berat badan saya turun 6 kilo dalam 3 bulan, badan juga lebih enteng dan tidak cepat capek” (ujar konsumen X).

Testimoni ini menguatkan temuan bahwa manfaat utama yang dirasakan informan adalah penurunan berat badan yang disertai peningkatan stamina. Hasil positif tersebut umumnya dicapai oleh mereka yang konsisten mengikuti aturan minum.

Hambatan Konsumsi Susu X

Hambatan utama adalah harga produk yang cukup tinggi, diikuti rasa bosan karena varian rasa terbatas dan kurangnya pemahaman sebagian konsumen tentang aturan minum.

Pertanyaan: “Apa hambatan yang Anda rasakan saat mengonsumsi Susu X?”

“Kalau saya, masalahnya di harga.” (ujar konsumen X).

Kendala finansial ini juga dirasakan sebagian kecil informan lain, terutama bagi yang mengonsumsi Susu X jangka panjang. Hambatan lain seperti rasa bosan dan efek samping awal turut memengaruhi keberlanjutan konsumsi.

Pemicu Mengonsumsi Susu X

Motivasi terbesar adalah menurunkan berat badan dan menjaga kesehatan jangka panjang. Faktor pendukung lain berasal dari rekomendasi orang terdekat dan bimbingan coach.

Pertanyaan: “Apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengonsumsi Susu X?”

“Awalnya karena lihat teman berhasil turun berat badan, terus saya diajari sama coach cara minumannya” (ujar konsumen X).

Diperlihatkan bahwa pengaruh sosial dan bimbingan langsung menjadi faktor yang kuat. Rekomendasi dari orang yang dipercaya sering kali membuat konsumen lebih yakin untuk memulai konsumsi.

Keyakinan Perilaku Mengonsumsi Susu X

Sebagian besar informan menunjukkan keyakinan tinggi terhadap manfaat Susu X dan percaya bahwa produk ini membantu mereka mencapai target penurunan berat badan serta menjaga kesehatan. Keyakinan ini diperkuat oleh pengalaman pribadi maupun keberhasilan orang di sekitar.

Pertanyaan: “Apakah Anda yakin mengonsumsi Susu X dapat membantu mencegah obesitas?”

“Saya yakin, karena sudah merasakan sendiri hasilnya. Berat badan turun dan badan terasa lebih segar” (ujar konsumen X).

Keyakinan ini bukan hanya berdasar pada informasi yang diterima, tetapi juga pengalaman nyata yang dirasakan. Informan yang memiliki keyakinan tinggi cenderung lebih disiplin mengonsumsi Susu X sesuai aturan, sehingga hasil yang diperoleh lebih optimal.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan memiliki pemahaman yang baik mengenai fungsi dan manfaat Susu X sebagai pengganti makanan dalam pencegahan

obesitas. Informan mengetahui bahwa produk ini dapat membantu menurunkan berat badan, mengontrol asupan kalori, meningkatkan metabolisme, serta memberikan rasa kenyang lebih lama. Temuan ini sejalan dengan penelitian Anggraini et al. (2022) yang menyatakan bahwa pemahaman gizi yang memadai berkontribusi positif terhadap kepatuhan mengonsumsi produk diet berbasis protein. Motivasi utama informan mengonsumsi Susu X adalah menurunkan berat badan, menjaga kebugaran, dan mencegah penyakit terkait obesitas. Hasil ini sejalan dengan Imam (2022) yang menyebutkan bahwa motivasi intrinsik merupakan faktor penting dalam keberhasilan penurunan berat badan. Selain itu, manfaat yang dirasakan oleh informan, seperti peningkatan energi dan penurunan kebiasaan ngemil, konsisten dengan temuan Herbalife (2024) yang menunjukkan bahwa meal replacement berbasis protein dapat membantu pengendalian nafsu makan dan memperbaiki metabolisme tubuh.

Namun, hambatan yang diidentifikasi meliputi harga produk yang tinggi dan kurangnya pemahaman sebagian masyarakat terkait aturan konsumsi yang tepat. Hambatan ini sejalan dengan Rahman et al. (2022) yang menjelaskan bahwa faktor ekonomi dan keterbatasan informasi menjadi tantangan dalam penerapan intervensi gizi. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi yang komprehensif dan strategi pemasaran yang mempertimbangkan daya beli masyarakat. Temuan penelitian ini berkontribusi pada pengayaan ilmu pengetahuan di bidang kesehatan masyarakat, khususnya dalam memahami perilaku konsumsi produk pengganti makanan untuk pencegahan obesitas. Hasil ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan program edukasi gizi yang berbasis bukti, perbaikan strategi distribusi produk, serta penelitian lanjutan untuk mengevaluasi efektivitas jangka panjang penggunaan Susu X dalam berbagai kelompok masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat dewasa di Kecamatan Tenggarong mengenai Susu X sebagai pengganti makanan dalam pencegahan obesitas berada pada kategori baik. Mayoritas informan mengetahui manfaat, kandungan gizi, serta aturan konsumsi yang tepat. Motivasi utama konsumsi meliputi penurunan berat badan, peningkatan kebugaran, dan pencegahan penyakit terkait obesitas. Konsumsi Susu X memberikan manfaat nyata, seperti penurunan berat badan, peningkatan energi, rasa kenyang lebih lama, serta dorongan untuk menerapkan pola hidup sehat. Namun, kendala yang dihadapi meliputi harga yang relatif tinggi dan minimnya informasi pada sebagian masyarakat tentang cara konsumsi yang benar. Temuan ini memperkuat teori bahwa pemahaman gizi yang baik berpengaruh terhadap perilaku konsumsi produk nutrisi. Hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi intervensi edukasi gizi berbasis bukti, pengembangan strategi pemasaran yang memperhatikan daya beli masyarakat, serta penelitian lanjutan mengenai efektivitas jangka panjang penggunaan produk pengganti makanan dalam pencegahan obesitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Program Studi Promosi Kesehatan Poltekkes Kemenkes Kalimantan Timur yang telah memberikan dukungan dan arahan selama proses penelitian. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Dinas Kesehatan Kabupaten Kutai Kartanegara serta pihak Kecamatan Tenggarong yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan pengambilan data. Penulis juga berterimakasih kepada seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi berharga demi kelancaran penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, E. Z., & Aji, T. S. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan DigitalMarketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Nutrion Shake Herbalife* (Studi Kasus Rumah *Nutrion Shake Herbalife* Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5(1), 11–17. <https://doi.org/10.33752/bima>.
- Dinas Kesehatan (Dinkes) Provinsi Kalimantan Timur. (2023). Laporan Data Kasus Obesitas di Kalimantan Timur dan Kabupaten Kutai Kartanegara Tahun 2023. Samarinda: Dinas Kesehatan Provinsi Kalimantan Timur.
- Dinas Kesehatan (Dinkes) Kecamatan Tenggarong. (2024). Laporan Data Kasus Obesitas di Kecamatan Tenggarong Tahun 2024. Tenggarong: Dinas Kesehatan Kecamatan Tenggarong.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengeruh kualitas layanan, citra merek, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk *herbalife*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Herbalife. (2024). Produk dan Manfaat Herbalife untuk Gaya Hidup Sehat. Diakses dari [<https://www.herbalife.com>]
- Imam, N. M. (2022). Analisis *Green Produk, Green Price, Dan Green Promotion* Terhadap *Purchase Intention* Pada Produk Herbalife Nutrition (Studi Kasus Pada *Club Herbalife Member* Kediri). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-usecasea7e576e1b6bf>
- Obradovic, M.; Sudar-Milovanovic, E.; Soskic, S.; Essack, M.; Arya, S.; Stewart, A.J.; Gojobori, T.; Isenovic, E.R., (2021) *Leptin and Obesity: Role and Clinical Implication. Front. Endocrinol.* 12, 585887
- Rahman, F. A., Roekmantara, T., & Romadhona, N. (2022). Pengaruh Obesitas terhadap Kejadian Penyakit Jantung Koroner (PJK) pada Populasi Dewasa. Bandung *Conference Series: Medical Science*, 2(1), 1002–1008. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSMS/article/view/1979>
- Rahman, M. M., Islam, M. R., Shohag, S., Hossain, M. E., Rahaman, M. S., Islam, F., Ahmed, M., Mitra, S., Khandaker, M. U., Idris, A. M., Chidambaram, K., Emran, T. Bin, & Cavalu, S. (2022). *The Multifunctional Role of Herbal Products in the Management of Diabetes and Obesity. A Comprehensive Review. Molecules*, 27(5).
- Survei Kesehatan Indonesia (SKI), (2023). Laporan Prevalensi Obesitas di Indonesia Tahun 2023. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- World Health Organization (WHO), (2021). *Obesity and overweight*. Diakses dari <https://www.who.int.D>