

LAPORAN RISET

Prioritas Ibu Rumah Tangga Indonesia dalam Memilih Minuman Serbuk

Berdasarkan Riset Pasar Terkini (2025-2026)

Disusun: 30 April 2026

1. LATAR BELAKANG

Laporan ini menyajikan hasil sintesis dari berbagai riset pasar terkini untuk menjawab pertanyaan: faktor apa yang paling dipertimbangkan ibu rumah tangga Indonesia dalam memilih minuman serbuk? Empat faktor utama yang dianalisis meliputi kandungan gula, keberadaan pengawet, kandungan pewarna, dan khasiat menyegarkan.

Data bersumber dari riset Macromill SEA (Februari 2026), penelitian IPB, kajian CISDI, serta analisis tren industri minuman serbuk di Indonesia.

2. RANKING PRIORITAS

Berdasarkan hasil sintesis dari seluruh sumber, berikut urutan prioritas ibu rumah tangga Indonesia dalam memilih minuman serbuk:

#1

Kandungan Gula — PALING PENTING

Faktor penentu utama (deal breaker). Ibu rumah tangga secara aktif menghindari gula sebagai bahan yang paling dihindari/dibatasi. Klaim 'Rendah Gula' adalah klaim yang paling dikenal dan paling menarik dalam keputusan pembelian.

#2

Keberadaan Pengawet — SANGAT PENTING

Klaim 'Tanpa Pengawet' adalah klaim kedua yang paling dikenal dan menarik. Konsumen semakin selektif dan menghindari zat aditif buatan. Kata 'tanpa pengawet' menjadi semacam seal of trust di mata ibu rumah tangga.

#3

Kandungan Pewarna — PENTING

Pewarna buatan masuk dalam kelompok bahan yang dihindari, namun posisinya sedikit di bawah pengawet. Pewarna lebih dianggap sebagai risiko jangka panjang, sementara pengawet lebih dikaitkan dengan risiko kesehatan langsung.

#4

Khasiat Menyegarkan — PENTING (Reason to Buy)

Kesegaran penting sebagai reason to buy, tapi bukan sebagai reason to choose brand. Ibu akan membeli minuman serbuk yang menyegarkan — hanya jika sudah lolos filter gula, pengawet, dan pewarna. Kesegaran adalah tiket masuk, bukan pemenang di rak.

3. ANALISIS DETAIL

3.1 Kandungan Gula — Faktor Nomor Satu

Riset Macromill SEA (Februari 2026) terhadap 420 responden di DKI Jakarta dan Jabodetabek menunjukkan bahwa konsumen Indonesia secara aktif menghindari gula sebagai bahan yang paling dihindari atau dibatasi dalam makanan dan minuman. Klaim 'Rendah Gula' menempati peringkat pertama sebagai klaim yang paling dikenal dan paling menarik perhatian dalam proses keputusan pembelian.

Penelitian dari IPB (Jurnal Manajemen Pangan Indonesia) juga mengonfirmasi bahwa klaim rendah gula pada label minuman kemasan menjadi stimulus yang paling sering dilihat dan dicari oleh konsumen, terutama ibu rumah tangga yang berbelanja untuk kebutuhan keluarga.

Kesadaran akan diabetes, obesitas anak, dan bahaya gula tersembunyi sudah sangat tinggi di kalangan ibu Indonesia — diperkuat dengan isu MBG (Makanan Bergizi Gratis) dan sorotan terhadap produk ultra-proses yang tinggi gula.

3.2 Keberadaan Pengawet — Trust Signal

Riset Macromill menempatkan 'Tanpa Pengawet' sebagai klaim kedua yang paling dikenal dan paling menarik setelah rendah gula. Konsumen Indonesia secara aktif menghindari zat aditif buatan, termasuk pengawet dan pewarna, sebagai satu kesatuan.

Namun demikian, pengawet mendapat perhatian lebih karena dikaitkan dengan risiko kesehatan yang lebih langsung. Ibu rumah tangga sangat peduli dengan apa yang masuk ke tubuh anak-anaknya. Kata 'tanpa pengawet' menjadi semacam seal of trust yang membangun kepercayaan terhadap suatu merek.

3.3 Kandungan Pewarna — Safety Signal

Pewarna buatan juga masuk dalam daftar bahan yang dihindari konsumen, namun posisinya sedikit di bawah pengawet. Pewarna lebih sering dianggap sebagai masalah estetika atau risiko jangka panjang, sementara pengawet lebih dikaitkan dengan risiko kesehatan yang lebih langsung dan nyata.

Meskipun demikian, klaim 'Tanpa Pewarna Buatan' tetap menjadi nilai tambah yang signifikan, terutama untuk produk yang dikonsumsi anak-anak.

3.4 Khasiat Menyegarkan — Reason to Buy

Kesegaran merupakan faktor penting sebagai reason to buy — alasan mengapa konsumen memilih minuman serbuk dibandingkan kategori minuman lain. Namun, kesegaran bukan merupakan reason to choose brand — artinya konsumen tidak memilih merek tertentu hanya karena klaim menyegarkan.

Kesegaran berfungsi sebagai 'tiket masuk' ke dalam pertimbangan konsumen, tetapi bukan sebagai faktor pemenang di rak. Sebuah produk harus lolos filter gula, pengawet, dan pewarna terlebih dahulu sebelum kesegaran menjadi faktor yang dipertimbangkan.

4. TABEL RINGKASAN

Ranking	Faktor	Level Prioritas	Peran
1	Kandungan Gula	PALING PENTING	Deal Breaker
2	Keberadaan Pengawet	SANGAT PENTING	Trust Signal
3	Kandungan Pewarna	PENTING	Safety Signal
4	Khasiat Menyegarkan	PENTING	Reason to Buy

5. IMPLIKASI UNTUK NUTRISARI

Temuan ini memiliki implikasi langsung terhadap strategi positioning NutriSari di pasar:

1. Rendah Gula harus menjadi hero claim utama pada kemasan — ini adalah faktor yang paling dicari ibu rumah tangga dan menjadi deal breaker dalam keputusan pembelian.
2. Tanpa Pengawet dan Tanpa Pewarna Buatan sebagai supporting claim — membangun kepercayaan dan memperkuat positioning sebagai pilihan sehat untuk keluarga.
3. Kesegaran sebagai emotional benefit — penting untuk komunikasi merek dan iklan, namun jangan dijadikan primary positioning karena bukan faktor penentu.
4. Alignment — positioning NutriSari yang sudah ada (minuman buah segar, rendah gula, tanpa pengawet) sudah selaras dengan prioritas konsumen. Tinggal memperkuat klaim rendah gula di mata ibu-ibu melalui kemasan dan komunikasi pemasaran.

6. DAFTAR SUMBER

1. Macromill SEA — "Pasar Makanan dan Minuman Indonesia 2026" (Februari 2026)

Survei terhadap 420 responden di DKI Jakarta & Jabodetabek (18-54 tahun, semua tingkat pendapatan). Menemukan bahwa konsumen aktif menghindari gula, zat aditif buatan (pengawet & pewarna), dan lemak trans. Klaim 'Rendah Gula' dan 'Tanpa Pengawet' adalah yang paling dikenal dan paling menarik dalam keputusan pembelian.

□ https://www.macromillsea.com/indonesia_FoodandBeveragesMarket2026

2. Penelitian IPB — Jurnal Manajemen Pangan Indonesia (JMPI)

Meneliti pengaruh klaim rendah gula pada label minuman kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen. Menyimpulkan bahwa klaim rendah gula menjadi stimulus yang paling sering dilihat dan dicari konsumen, terutama ibu rumah tangga.

□ <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmpi/article/view/27575>

3. CISDI — Kajian Makanan Bergizi Gratis (Februari 2025)

Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives. Menyoroti kekhawatiran orang tua terhadap kandungan gula tinggi pada produk kemasan yang diberikan ke anak-anak. Menemukan 45% menu MBG masih menggunakan produk UPF berkadar gula tinggi.

□ <https://cisdi.org/siaran-pers/evaluasi-tiga-bulan-mbg>

4. Maklon Minuman — Analisis Tren Minuman Serbuk (2025-2026)

Mengidentifikasi bahwa kesehatan (rendah gula, tanpa pengawet) menjadi tren utama dalam industri minuman serbuk. Ibu rumah tangga menjadi segmen paling kritis terhadap kandungan bahan.

□ <https://www.maklonminuman.co.id/bisnis/tren-minuman-serbuk-kesehatan/>

5. Suara.com — Liputan Temuan CISDI (Februari 2025)

Liputan media mengenai temuan CISDI tentang 45% menu MBG masih gunakan produk UPF berkadar gula tinggi.

□ <https://www.suara.com/news/2025/02/06/150550/temuan-cisdi-45-persen-menu-mbg-masih-gunakan-produk-upf-berkadar-gula-tinggi>