

Pengetahuan dan Preferensi Konsumen Yogurt di Kota Jambi

Knowledge and Preference of Consumers in Jambi to Yogurt

Mayang Rosana¹, Adi Winarto², Herwin Pisestyani^{3*}

¹Program Studi Kedokteran Hewan
mayang_rosana@apps.ipb.ac.id

²Divisi Anatomi, Histologi, dan Embriologi
winawyn@yahoo.com

³Divisi Kesehatan Masyarakat Veteriner dan Epidemiologi
Sekolah Kedokteran Hewan dan Biomedis, Institut Pertanian Bogor
Jl. Raya Dramaga Kampus Dramaga Bogor 16680, Bogor
*Corresponding author: herwinpi@apps.ipb.ac.id

Received : 04 November 2022
Accepted : 09 Januari 2023
Published : 24 Januari 2023
Online : 28 Februari 2023

Abstrak: Yogurt adalah produk olahan susu yang diproses dengan cara fermentasi dan termasuk pangan fungsional, karena memiliki manfaat kesehatan yang besar bagi masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pengetahuan dan preferensi konsumen Yogurt di Kota Jambi. Data kuesioner dikumpulkan dari 100 responden yang disebarluaskan melalui google form secara online. Karakteristik konsumen yogurt di Kota Jambi, yaitu sebagian besar perempuan (70%), berumur kurang dari 20 tahun (53%), berpendidikan menengah ke atas (SMA) (64%) dan berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa (84%) yang diberikan uang jajan oleh orang tua sebesar <Rp 1.000.000,- per bulan (52%). Setiap bulannya, konsumen mengonsumsi yogurt secara rutin (58,75%) yang dibeli dari supermarket/minimarket (96,25%). Konsumen lebih menyukai yogurt cair (81,25%) dan dikemas botol plastik (60%), dengan rasa buah (83,75%), serta dikonsumsi langsung (78,75%). Bagi konsumen, yogurt adalah camilan (77,5%) yang disimpan di kulkas (± 4 °C) (88,75%). Tingkat Pengetahuan konsumen terhadap yogurt kurang baik (40,6%), sehingga pertimbangan konsumen dalam membeli yogurt yaitu logo halal 37%, masa kadaluarsa 35%, kebersihan tempat berjualan 25% dan terdapatnya logo NKV dalam kemasan sebanyak 3%.

Kata Kunci: konsumen, nomor kontrol veteriner, pengetahuan, preferensi, yogurt

Abstract : Yogurt is a dairy product that is processed by fermentation and is a functional food because it has excellent health benefits for men. The purpose of this study was to identify the factors that influence the knowledge and preferences of yogurt consumers in Jambi City. Questionnaire data were collected from 100 respondents who were distributed via an online google form. The characteristics of yogurt consumers in Jambi City, are mostly women (70%), aged less than 20 years (53%), have upper secondary education (SMA) (64%), and are students (84%) who are parents of < give money Rp 1,000,000,- per month (52%). Every month, consumers consume yogurt regularly (58.75%) purchased from supermarkets/minimarkets (96.25%). Consumers prefer liquid yogurt (81.25%) packaged in plastic bottles (60%), with fruit flavors (83.75%), and consumed directly (78.75%). For consumers, yogurt is a snack (77.5%) stored in the refrigerator (± 4 C) (88.75%). The level of consumer knowledge of yogurt is not good (40.6%). Sequentially, consumer considerations in buying yogurt are the halal logo, the expiration date, the cleanliness of the place to sell, and the presence of the NKV logo on the packaging.

Keywords : consumer, knowledge, preference, veterinary control number, yogurt

1. Pendahuluan

Pengolahan susu bertujuan memperoleh produk susu dengan cita rasa yang beragam, bermutu tinggi, bernilai gizi tinggi, meningkatkan umur simpan, mempermudah pemasaran, meningkatkan daya tarik konsumen dan daya guna bahan baku [1]. Salah satu

produk olahan susu adalah yogurt, menurut SNI 2981:2009 tentang yogurt, adalah susu fermentasi atau susu rekonstitusi dengan menggunakan *Lactobacillus delbrueckii subsp. bulgaricus* dan *Streptococcus thermophilus* atau bakteri asam laktat lain yang sesuai dengan atau tanpa penambahan bahan makanan lain

bahan tambahan makanan yang diizinkan dan [2]. Yoghurt semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan masyarakat, sehingga yogurt semakin populer di kalangan konsumen [3].

Yogurt harus aman, sehat, utuh dan halal serta harus memiliki Nomor Kontrol Veteriner (NKV). Menurut Permentan Nomor 11 Tahun 2020 tentang Sertifikasi NKV merupakan bukti tertulis yang sah bahwa persyaratan sanitasi telah dipenuhi sebagai kelayakan mendasar untuk menjamin keamanan pangan asal hewan di unit usaha pangan asal hewan komersial [4]. Yogurt yang tidak aman dapat membahayakan kesehatan konsumen, sehingga jaminan keamanan pangan merupakan syarat utama yang harus dipenuhi. Pangan asal hewan rentan terhadap kontaminasi mikrob, mudah rusak, serta dapat menyebabkan penyakit bawaan makanan. Pengetahuan masyarakat tentang NKV dapat dijadikan salah satu pedoman dalam pemilihan produk pangan yang aman, sehat, utuh dan halal.

Kota Jambi memiliki lokasi strategis dengan dukungan sumber daya alam, sarana, dan prasarana yang menunjang serta jumlah populasi pada tahun 2019 sebesar 604.378 penduduk. Kota Jambi memiliki populasi sapi potong dan sapi perah sebanyak 9.680 ekor dengan populasi sapi perah sekitar 30 ekor dan paling sedikit di antara kota lainnya di Indonesia [6]. Rendahnya populasi sapi perah memengaruhi industri pengolahan susu, sehingga Kota Jambi tidak memiliki yogurt khas daerah. Berbagai jenis produk yogurt yang dijual di pasaran, mendorong konsumen cenderung memiliki preferensi atau pertimbangan tertentu dalam memilih suatu produk yang dilandaskan pada pengetahuan. Sejauh ini belum terdapat informasi mengenai pengetahuan serta preferensi konsumen di Kota Jambi terhadap yogurt, sehingga melandasi dilakukannya penelitian ini yaitu mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi pengetahuan dan preferensi konsumen terhadap produk-produk yogurt yang beredar di Kota Jambi.

2. Materi dan Metode

2.1. Jumlah Sampel

Populasi penelitian ini adalah penduduk Kota Jambi. Penentuan jumlah sampel dilakukan menurut rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10% [8].

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel (orang)
N = Jumlah populasi (orang)
e = Tingkat kesalahan sebesar 10%.

Berdasarkan data penduduk Kota Jambi sebanyak 604.378 jiwa [9], maka diperoleh responden sebanyak 100 orang.

2.2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisioner dengan pertanyaan terstruktur. Responden merupakan masyarakat Kota Jambi yang pernah mencoba yogurt. Kuesioner disebar menggunakan *google form* yang disebar di *social media*.

2.3. Teknik Analisis Data

Data diolah menggunakan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen produk yogurt di Kota Jambi. Data pengetahuan konsumen diolah menggunakan metode skala *guttman* dan skala *likert*. Setiap pertanyaan mengandung jawaban benar atau salah dan termasuk dalam skala *guttman*. Setiap responden dihitung jumlah jawaban benar untuk pengukuran skala *likert*.

Pengolahan data analisis preferensi dan pengetahuan konsumen menggunakan uji *Chi-Square* satu sampel atau satu populasi dengan teknik *Goodness of Fit Test*. Uji *Chi-Square* pada penelitian ini dilakukan untuk pengujian perbedaan tingkat pengetahuan konsumen yogurt di Kota Jambi [10].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Profil Konsumen Yogurt di Kota Jambi

Responden dalam penelitian ini adalah orang yang pernah mencoba yogurt dan bersedia mengisi kuesioner tanpa paksaan. Profil konsumen terdiri dari jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan per bulan.

Berdasarkan **Tabel 1**, Konsumen yogurt terdiri dari perempuan sebanyak 70% dan laki-laki sebanyak 30%. Umumnya perempuan lebih memperhatikan faktor kesehatan dibandingkan dengan laki-laki. Laki-laki cenderung tidak memperhatikan kesehatan dibandingkan dengan perempuan karena sifat agresif yang dipengaruhi oleh gen *Sex Determining Region Y* (SRY) [11]. Hal inilah yang mendorong perempuan lebih banyak mengonsumsi yogurt sebagai produk pangan bermanfaat bagi kesehatan. Perbedaan gender juga memengaruhi gaya hidup, yaitu perempuan lebih konsumtif dibandingkan dengan laki-laki [12].

Usia konsumen dapat menunjukkan komposisi dan distribusi usia penduduk untuk dijadikan target pemasaran yogurt. Umumnya, konsumen berumur ≤ 20 tahun (53%) (**Tabel 1**). Usia konsumen termasuk dalam remaja akhir dan dewasa awal. Perilaku yang dijumpai pada remaja misalnya perubahan emosional, sosial, dan intelektual karena mereka menginginkan kebebasan dalam mencoba hal-hal baru [13]. Salah satu perubahan perilaku tersebut yaitu kecenderungan mengikuti gaya hidup modern dan perilaku konsumtif seperti perilaku mengonsumsi makanan dan minuman, salah satunya adalah yogurt. Hasil penelitian ini selaras dengan [14], yang menyatakan, kebiasaan mengonsumsi yogurt sangat

populer di kalangan anak-anak sekolah dan merupakan gaya hidup remaja.

Pendidikan terakhir dari konsumen yogurt merupakan faktor pengetahuan yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi. Pendidikan terakhir yang paling mendominasi adalah SMA sebanyak 64%, diploma/sarjana sebanyak 20%, SD-SMP sebanyak 14%, pasca sarjana sebanyak 1%, dan lainnya yang dimaksud adalah SMK sebanyak 1% (Tabel 1). Tingkat Pendidikan seseorang dapat memengaruhi pola konsumsi, dimana semakin tinggi pendidikan seseorang, maka pengeluaran konsumsinya juga semakin tinggi. Pendidikan dapat memengaruhi pola konsumsi karena pendidikan yang semakin tinggi, kebutuhan hidupnya dan pengetahuan yang dimiliki juga semakin banyak [15].

Berdasarkan data yang didapat pada Tabel 1, sebagian besar konsumen yogurt berstatus pelajar atau mahasiswa sebanyak 84%. Kelompok ini berorientasi konsumtif karena kelompok ini suka mencoba hal-hal baru dan sangat mudah terpengaruh, termasuk dalam perilaku mengonsumsi yogurt. Produk modifikasi dari yogurt yang terus berkembang dapat menarik minat konsumen yang suka dengan hal-hal baru [16].

Dalam penelitian ini, uang saku termasuk penghasilan bagi seorang pelajar atau mahasiswa. Berdasarkan data yang didapat pada Tabel 1, sebanyak 52% konsumen yogurt memiliki penghasilan per bulan <Rp 1.000.000,-. Uang saku memiliki hubungan dengan kecenderungan perilaku konsumtif kalangan muda. Pendapatan yang lebih besar menyebabkan pengeluaran konsumsi lebih besar dan sebaliknya, pendapatan yang lebih rendah, maka pengeluaran konsumsi juga rendah [17].

Data dalam Tabel 1, konsumen yogurt yang mengonsumsi secara rutin sebanyak 80%. Yogurt memiliki cita rasa asam yang khas dan mengandung banyak manfaat untuk kesehatan. Mayoritas masyarakat Jambi menyukai cita rasa makanan yang asam, asin, dan gurih seperti makanan khas daerah Jambi yaitu tempoyak dan pindang [18].

Sebanyak 20% responden tidak rutin dalam mengonsumsi yogurt dengan alasan yang paling mendominasi adalah tidak suka rasanya sebanyak 11 orang atau 55% dari 20 responden. Rasa yogurt yang asam dan tekstur kental merupakan hasil dari proses penguraian gula susu menjadi asam laktat oleh bakteri asam laktat. Selain itu, pemecahan protein terutama kasein menyebabkan terbentuknya *curd* atau tahu susu dan mengakibatkan terciptanya cita rasa yang khas [19]. Harga yang relatif mahal menjadi salah satu alasan masyarakat tidak rutin mengonsumsi yogurt (Tabel 1). Yogurt lebih mahal dari susu tanpa pengolahan karena proses pembuatannya dan manfaat yang diberikan juga baik untuk kesehatan.

Tabel 1. Karakteristik konsumen yogurt (n=100)

No	Karakteristik	Jumlah (n=100)	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Jenis kelamin		
	a. Laki-laki	30	30
	b. Perempuan	70	70
2	Usia		
	a. ≤ 20 tahun	53	53
	b. 21 – 30 tahun	43	43
	c. 31 – 40 tahun	1	1
	d. 41 – 50 tahun	1	1
	e. ≥ 51 tahun	2	2
3	Pendidikan terakhir		
	a. SD – SMP	14	14
	b. SMA	64	64
	c. Diploma/sarjana	20	20
	d. Pasca sarjana	1	1
	e. Lainnya	1	1
4	Status Pekerjaan		
	a. Pekerja	7	7
	b. Pencari Kerja	3	3
	c. Pelajar/Mahasiswa	84	84
	d. Mengurus Rumah Tangga	4	4
	e. Lainnya	2	2
5	Penghasilan per bulan		
	<Rp 1.000.000,-	52	52
	Rp 1.000.000,- sampai Rp 2.000.000,-	28	28
	Rp 2.000.000,- sampai Rp 3.000.000,-	13	13
	Rp 3.000.000,- sampai Rp 4.000.000,-	3	3
	>Rp 4.000.000,-	4	4
6	Frekuensi mengonsumsi Yogurt		
	rutin mengonsumsi yogurt	80	80
	sesekali mengonsumsi yogurt	20	20
7	Alasan tidak rutin mengonsumsi yogurt		
	a. Tidak suka rasanya	11	55
	b. Harga mahal	1	5
	c. Tidak tersedia di wilayah tempat tinggal	2	10
	d. Lainnya	6	30

Tidak semua wilayah di Kota Jambi memiliki supermarket/minimarket, merupakan alasan lainnya konsumen tidak mengonsumsi yogurt secara rutin. Yogurt merupakan produk fermentasi yang harus disimpan dalam suhu dingin untuk menjaga kualitas dan mempertahankan daya simpan, sehingga diperlukan *refrigerator* di tempat penjualan (*retail*). Umumnya *refrigerator* untuk menyimpan barang yang dijual dimiliki oleh supermarket/minimarket.

Sebanyak 6 orang tidak mengonsumsi yogurt karena tidak berminat atau tertarik, menderita laktosa intoleran, dan tidak suka minuman berasa (Tabel 1). Laktosa yang terkandung dalam susu atau olahan susu dicerna oleh enzim laktase yang dihasilkan mukosa usus halus. Kerusakan mukosa usus halus menyebabkan defisiensi laktase, sehingga dapat memicu diare dan intoleransi laktosa. Sebagian besar penduduk Indonesia tidak terbiasa minum susu sejak

kecil, sehingga jumlah enzim laktase dalam usus sedikit. Alasan kesehatan tersebut dan rasa yogurt dapat membuat responden menjadi tidak tertarik terhadap yogurt [20].

3.2. Karakteristik Yogurt Berdasarkan Konsumen Yang Rutin Mengonsumsi Yogurt

Lebih lanjut informasi mengenai yogurt ditanyakan kepada 80 konsumen yang mengonsumsi yogurt secara rutin. Berdasarkan Tabel 2, umumnya konsumen memperoleh informasi tentang yogurt yang paling banyak melalui iklan di televisi/ baliho/ media sosial (68,75%). Penggunaan iklan sebagai alat promosi utama bagi perusahaan dapat menjangkau konsumen seluas-luasnya. Konsumen mendapatkan informasi melalui iklan seputar produk yang ditawarkan, misalnya manfaat yogurt bagi kesehatan, sehingga menjadi pertimbangan dalam membeli yogurt.

Kebutuhan pangan setiap orang berbeda-beda, tergantung pada alasan dari tiap individu yang ingin mengonsumsi suatu produk. Alasan yang paling banyak dipilih konsumen yogurt, yaitu rasanya enak (51,25%). Cita rasa asam dan manis yang khas dari yogurt, serta variasi rasa yang beragam seperti buah-buahan, vanila, cokelat, dan lain-lain yang menjadi daya tarik bagi konsumen [21].

Konsumen memilih yogurt untuk kesehatan sebanyak 40%. Yogurt memiliki manfaat yang baik bagi tubuh, seperti memperbaiki mikroflora saluran pencernaan, menurunkan kolesterol darah, meningkatkan sistem imunitas tubuh serta mencegah kanker [3]. Yogurt membantu penyerapan zat gizi, vitamin, dan antioksidan, serta penyerapan mineral seperti zat besi, magnesium, kalsium, dan seng [22]. Beberapa konsumen mengonsumsi yogurt karena ingin tahu/ ikut-ikutan dan gaya hidup. Hal ini dikarenakan mayoritas konsumen adalah remaja yang mudah terpengaruh oleh lingkungan serta berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut tidak berdasarkan pada kebutuhan, namun didorong oleh hasrat dan keinginan dari individu [16].

Pilihan rasa yang paling mendominasi adalah buah sebanyak 83,75%, karena memberikan karakteristik rasa tertentu. Buah-buahan menambah cita rasa dan aroma pada yogurt, sehingga lebih enak untuk dikonsumsi. Buah-buahan yang ditambahkan juga memperkaya kandungan vitamin, serta berfungsi sebagai antioksidan yang baik bagi tubuh [23].

Sepuluh konsumen mengonsumsi yogurt setiap bulan (58,75%), setiap minggu sebanyak 40%, dan setiap hari sebanyak 1,25%. Yogurt merupakan produk probiotik yang mampu memberikan efek positif bagi kesehatan manusia. Mayoritas responden tidak rutin mengonsumsi yogurt setiap hari. Anjuran untuk mengonsumsi probiotik disesuaikan dengan kondisi klinis dari masing-masing individu [22].

Tabel 2. Karakteristik yogurt menurut konsumen yang rutin mengonsumsi yogurt (n=80)

No	Pertanyaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Sumber informasi yogurt		
	a. Iklan di televisi/baliho/dll	55	68,75
	b. Keluarga	10	12,5
	c. Teman	10	12,5
	d. Dokter	1	1,25
	e. Lainnya	4	5
2	Alasan mengonsumsi yogurt		
	a. Rasa enak	41	51,25
	b. Sehat	32	40
	c. Ingin tahu/ikut-ikutan	4	5
	d. Gaya hidup/life style	3	3,75
3	Rasa yogurt		
	a. Rasa buah (mangga, stroberi, dll)	67	83,75
	b. Rasa kopi/vanila/cokelat	1	1,25
	c. Plain (tanpa rasa)	12	15
	d. Lainnya	0	0
4	Frekuensi konsumsi yogurt		
	a. Setiap hari	1	1,25
	b. Setiap minggu	32	40
	c. Setiap bulan	47	58,75
5	Bentuk konsumsi yogurt		
	a. Konsumsi langsung	63	78,75
	b. Dicampur dengan pangan lain	17	21,25
6	Jenis yogurt		
	a. Yogurt kental	10	12,5
	b. Yogurt cair	65	81,25
	c. Yogurt beku	5	6,25
7	Cara konsumsi yogurt		
	a. Dimakan	11	13,75
	b. Diminum	69	86,25
8	Waktu konsumsi yogurt		
	a. Sarapan	4	5
	b. Camilan	62	77,5
	c. Setelah makan	14	17,5
9	Kemasan yogurt		
	a. Botol plastik	48	60
	b. Cup plastik	11	13,75
	c. Kantung plastik	1	1,25
	d. Kotak/kertas	20	25
10	Penyimpanan yogurt		
	a. Di suhu ruang	5	6,25
	b. Di kulkas ($\pm 4^{\circ}\text{C}$)	71	88,75
	c. Di freezer ($\pm -15^{\circ}\text{C}$)	4	5
11	Tempat mendapatkan yogurt		
	a. Supermarket/minimarket	77	96,25
	b. Tempat terbuka (warung, kantin)	2	2,5
	c. Tempat pengolahan langsung	1	1,25

Dalam penelitian ini, kebiasaan konsumen dalam mengonsumsi yogurt terbagi menjadi dua cara yaitu

konsumsi langsung dan dicampur dengan pangan lain. Konsumsi langsung artinya yogurt diminum atau dimakan secara langsung tanpa ada campuran dengan pangan lain. Berdasarkan **Tabel 2**, sebanyak 78,75% lebih suka mengonsumsi yogurt secara langsung, sedangkan yogurt dicampur dengan pangan lain sebanyak 21,25%. Responden lebih menyukai konsumsi yogurt langsung karena lebih menikmati citarasa yogurt yang khas dan orisinal. Pengolahan yogurt dengan penambahan pangan lain juga harus sesuai dengan aturan agar tidak menghilangkan manfaat yogurt itu sendiri [24].

Jenis-jenis yogurt dibuat untuk memenuhi selera konsumen yang berbeda-beda yaitu berdasarkan teksturnya terbagi menjadi yogurt kental, cair, dan beku. Yogurt cair dipilih sebanyak 81,25%, yogurt kental sebanyak 12,5%, dan yogurt beku sebanyak 6,25% (**Tabel 2**). Adanya diversifikasi pembuatan yogurt, dengan menghentikan waktu fermentasi pada tingkat keasaman yang diinginkan serta tekstur tidak kental (*encer*), sehingga bisa diterima oleh selera konsumen [19].

Konsumen mengonsumsi yogurt dengan cara diminum sebanyak 86,25% karena dinilai lebih praktis daripada yogurt kental dan beku dengan cara dimakan sebanyak 13,75% (**Tabel 2**). Jika dilihat dari jumlah bakteri asam laktat, yogurt kental lebih banyak mengandung bakteri asam laktat daripada yogurt *drink*. Tekstur kental atau semi padat, karena akumulasi asam laktat menyebabkan kasein susu menjadi tidak stabil dan terkoagulasi membentuk gel yogurt.

Waktu konsumsi yogurt terbanyak adalah waktu camilan sebanyak 77,5% (**Tabel 2**). Yogurt pada dasarnya aman dikonsumsi kapanpun, namun sebaiknya dikonsumsi saat perut sedang kosong agar bakteri baik yang terkandung dalam yogurt dapat terserap dengan baik oleh tubuh. Apabila yogurt dikonsumsi di waktu yang tepat, maka manfaat yang dirasakan lebih maksimal didapat oleh tubuh [22].

Berdasarkan **Tabel 2**, kemasan yogurt yang paling mendominasi adalah botol plastik sebanyak 60%, kotak/ kertas sebanyak 25%, cup plastik sebanyak 13,75%, dan kemasan kantung plastik sebanyak 1,25%. Kemasan yogurt botol plastik dinilai paling aman karena kemasannya yang kokoh dan disertai segel, sehingga kemungkinan bocor sangat rendah. Kemasan yogurt dari karton/ kertas dinilai lebih ramah lingkungan karena bahan yang mudah terurai. Kemasan cup plastik biasa digunakan untuk yogurt tekstur kental dan kemasan kantung plastik untuk yogurt beku yang cara mengonsumsinya kurang praktis daripada yogurt cair.

Berdasarkan **Tabel 2**, yogurt lebih umum disimpan di kulkas ($\pm 4\text{ }^{\circ}\text{C}$) sebanyak 88,75%, di *freezer* ($\pm -15\text{ }^{\circ}\text{C}$) sebanyak 5%, dan di suhu ruang sebanyak 6,25%. yogurt memiliki umur simpan terbatas,

sehingga yogurt harus disimpan dalam refrigerator ($\pm 4\text{ }^{\circ}\text{C}$) untuk mempertahankan cita rasa dan aroma. Pengendalian suhu selama penyimpanan bertujuan mempertahankan warna, rasa, tekstur, dan zat gizi bahan pangan [25]. Tempat membeli yogurt yang paling banyak dipilih adalah supermarket/minimarket sebanyak 96,25 (**Tabel 2**). Mayoritas responden memilih supermarket/minimarket karena terdapat produk yogurt yang beragam dari segi merek, rasa, maupun kemasan [26]. Supermarket/minimarket memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik bagi penjualan yogurt.

3.3. Tingkat Pengetahuan Konsumen di Kota Jambi terhadap Yogurt

Keputusan dalam membeli dan mengonsumsi yogurt dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen. Berdasarkan **Tabel 3** sebanyak 76% responden telah mengetahui bahwa yogurt terbuat dari susu. Menurut SNI No 2981:2009 tentang yogurt yaitu produk yang diperoleh dari fermentasi susu atau susu rekonstitusi dengan menggunakan bakteri *Lactobacillus delbrueckii subsp. bulgaricus* dan *Streptococcus thermophilus* dan bakteri asam laktat lain yang sesuai dengan atau tanpa penambahan bahan pangan lain dan bahan tambahan pangan yang diizinkan [2].

Sebagian besar konsumen (54%) tidak mengetahui proses pembuatan yogurt. Secara singkat, proses pembuatan yogurt terdiri dari pemanasan, homogenisasi, pasteurisasi, penurunan suhu, pencampuran kultur starter, inkubasi atau fermentasi, pencampuran bahan pangan lain, analisa organoleptik dan kimia, pengemasan, dan penyimpanan [27].

Tabel 3. Pengetahuan konsumen yogurt (n=100)

No	Pertanyaan	Jumlah benar	Jumlah salah
1	Apakah anda tahu yogurt terbuat dari apa?	76	24
	Sebutkan yogurt terbuat dari apa?	71	5
2	Apakah anda tahu proses pembuatan yogurt?	46	54
3	Apakah anda tahu tentang NKV?	5	95
	Jaminan keamanan pangan bagi konsumen	3	0
	Jaminan kebersihan tempat pengolahan	2	0

Sebanyak 95% responden tidak mengetahui informasi seputar NKV yang disebabkan kurangnya penyebaran informasi dan sosialisasi. Pengetahuan masyarakat seputar NKV masih tergolong rendah karena kurangnya kepedulian tentang mutu dan keamanan pangan. Terbatasnya pengetahuan dan masih banyak unit usaha pangan hewan yang belum menerapkan sertifikasi NKV juga menyebabkan

konsumen belum mengetahui kepentingan NKV bagi produk PAH.

Sertifikasi NKV bertujuan untuk jaminan produk hewan telah memenuhi kriteria ASUH, jaminan ketenangan batin konsumen terhadap produk hewan, meningkatkan daya saing produk hewan domestik, dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha produk hewan. Dengan adanya NKV, maka pemerintah akan dipermudah dalam melakukan penelusuran balik terhadap temuan penyimpangan produk. Bagi unit usaha yang memiliki NKV maka dapat menambahkan nilai jual dalam pemasaran berupa jaminan keamanan produk dengan mencantumkan label NKV pada produknya [28].

Pengetahuan adalah segala yang diketahui oleh konsumen yang dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kota Jambi terhadap produk yogurt. Tingkat pengetahuan konsumen yogurt dijabarkan dalam **Tabel 4**.

Tabel 4. Klasifikasi tingkat pengetahuan konsumen (n=100)

No	Klasifikasi Pengetahuan	Interval	Total skor (%)	Frekuensi (orang)
1	Sangat tidak baik	0 - 20	0	27
2	Tidak baik	21 - 40	20	27
3	Kurang baik	41 - 60	40	42
4	Baik	61 - 80	80	1
5	Sangat baik	81 - 100	100	3
Total				100

Berdasarkan **Tabel 4** tingkat pengetahuan konsumen yogurt berada dalam tingkatan yang kurang baik. Perhitungan secara keseluruhan dari responden menunjukkan nilai total skor rata-rata jawaban adalah 40,6%. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan konsumen terhadap yogurt berada pada tingkatan yang kurang baik [29].

Pengetahuan menjadi sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang misalnya tentang cara-cara memelihara dan meningkatkan kesehatan. Pengetahuan dipengaruhi oleh usia, tingkat pendidikan, dan status pekerjaan seseorang yang termasuk dalam faktor internal, serta faktor eksternal yaitu lingkungan. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin banyak informasi yang diterima dan pengetahuan yang dimilikinya.

3.4. Preferensi Konsumen di Kota Jambi dalam Membeli Yogurt

Preferensi konsumen dalam memilih suatu produk memengaruhi perilaku dan keputusan membeli bagi setiap orang [31]. Pada penelitian ini, faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen yogurt terbagi menjadi kebersihan tempat berjualan, masa kadaluarsa, terdapat logo halal, dan terdapat

logo NKV. Responden dapat memilih preferensinya lebih dari satu jawaban.

Berdasarkan **Tabel 5**, faktor yang paling memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih yogurt secara berurutan, yaitu logo halal 37% (82/100 responden), masa kadaluarsa 35% (78/100 responden), kebersihan tempat berjualan 25% (54/100 responden), dan logo NKV sebanyak 3% (6/100 responden).

Tabel 5. Faktor-faktor yang memengaruhi konsumen di Kota Jambi dalam memilih yogurt (n=100)

No	Faktor Preferensi	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Kebersihan tempat berjualan	54	25
2	Masa kadaluarsa	78	35
3	Logo halal	82	37
4	logo NKV	6	3

Logo halal merupakan pertimbangan utama konsumen dalam memilih yogurt. Sertifikasi halal membuktikan proses dan kandungan dalam produk telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam. Logo halal menjadi jaminan halal bagi konsumen dalam memilih pangan asal hewan [32].

Masa kadaluarsa merupakan pertimbangan kedua konsumen dalam memilih yogurt. Masa kadaluarsa berupa tanggal, bulan, dan tahun yang menunjukkan bahwa sebaiknya pangan dikonsumsi sebelum tanggal yang tercantum pada kemasan. Masa konsumsi dari suatu produk pangan asal hewan menjadi arti yang sangat penting untuk menjamin keamanan, kesehatan, dan keselamatan konsumen [33]. Setiap produk PAH memiliki masa kadaluarsa yang berbeda-beda. Pangan asal hewan dapat mengalami kerusakan mikrobiologis dan dapat menimbulkan bahaya bagi kesehatan karena racun yang diproduksi berbagai mikroorganisme seperti khamir, kapang, dan bakteri [34].

Konsumen memilih kebersihan tempat berjualan seperti kantin, warung, minimarket, supermarket, dan lain-lain sebagai faktor ketiga dalam membeli yogurt. Menjaga sanitasi lingkungan penting untuk menjamin keamanan PAH dan mencegah terjadinya kontaminasi silang. Kebersihan tempat berjualan juga menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk mendapatkan kenyamanan dalam berbelanja [35].

Preferensi konsumen yang paling akhir dalam memilih yogurt adalah adanya logo NKV. NKV merupakan sertifikat persyaratan hygiene sanitasi sebagai kelayakan dasar jaminan keamanan PAH pada unit usaha pangan asal hewan. Pengetahuan masyarakat terhadap NKV dapat menjadi pedoman dalam memilih produk pangan asal hewan yang aman, sehat, utuh, dan halal bagi yang dipersyaratkan. Namun perkembangan informasi tentang NKV masih

kurang baik, sehingga banyak masyarakat yang belum mengenal atau mengetahui kegunaan sertifikat ini dan tidak memilihnya sebagai preferensi dalam memilih pangan asal hewan [5].

4. Kesimpulan

Simpulan dari penelitian ini yaitu, konsumen di Kota Jambi memiliki pengetahuan yang kurang baik mengenai yogurt. Hal ini memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih dan membeli yogurt. Pertimbangan utama sampai dengan yang terakhir dari konsumen dalam membeli yogurt, yaitu adanya logo halal, masa kadaluarsa, kebersihan tempat berjualan, dan terdapat logo NKV.

Referensi

- [1] B. Yunita, A.T. Nugraha, A. Muhib, "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Permintaan Susu Sapi Pasteurisasi di Koperasi Produksi Susu (KPS) Bogor," *Jurnal Agribisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 52-60, 2018.
- [2] B.S.N. Badan Standarisasi Nasional, 2009, SNI No. 2981:2009 tentang Yogurt, Jakarta : BSN, 2009.
- [3] U. Fatmawati, F.I. Prasetyo, M. Supia, A.N. Utami, "Karakteristik Yogurt yang Terbuat dari Berbagai Jenis Susu Dengan Penambahan Kultur Campuran *Lactobacillus bulgaricus* dan *Streptococcus thermophilus*," *Jurnal Bioedukasi*, vol. 6, no. 2, pp. :1-9, 2013.
- [4] Permentan, Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Sertifikasi Nomor Kontrol Veteriner Unit Usaha Produk Hewan, Jakarta : Permentan, 2020.
- [5] I. Hadianti, T. Soedarto, I.T. Amir, "Implementasi Kebijakan Sertifikasi Nomor Kontrol Veteriner pada Produk Telur Ayam Ras di Kabupaten Mojokerto," *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, vol. 10, no. 1, pp. 69-85, 2020.
- [6] B.P.S. Badan Pusat Statistik, *Populasi Sapi Perah menurut Provinsi di Indonesia*, Jambi : BPS, 2020.
- [7] B.P.S. Badan Pusat Statistik, *Kota Jambi dalam Angka*, Jambi : BPS, 2020.
- [8] H. Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta: Rajawali, 2013.
- [9] B.P.S. Badan Pusat Statistik, *Jumlah Penduduk Kota Jambi*, Jambi : BPS, 2019.
- [10] A. Wibowo, "Uji Chi-square pada Statistika dan SPSS," *Jurnal Ilmiah SINUS*, vol. 4, no. 2, pp. 37-46, 2017.
- [11] D.S. Ningsih, "Hubungan Jenis Kelamin Terhadap Kebersihan Rongga Mulut Anak Panti Asuhan," *ODONTO Dental Journal*, vol. 2, no. 1, pp. 14-18, 2015.
- [12] A. Romadloniyah, K. Setiaji, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, dan literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Gender," *Economic Education Analysis Journal*, vol. 9, no. 1, pp. 50-64, 2019.
- [13] I. Rochman, M. Adriani, "Hubungan Gaya Hidup dengan Status Gizi Remaja," *Jurnal Media Gizi Indonesia*, vol. 9, no. 1, pp. 36-41, 2013.
- [14] T. Mawo, P. Thomas, S. Sunarto, "Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri, dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa," *Journal of Economic Education*, vol. 6, no. 1, pp. 60-65, 2017.
- [15] P. P. E. Adiana, N. L. Karmini, "Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin di Kecamatan Gianyar," *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 1 no. 1, pp. 39-48, 2012.
- [16] R.C.M. Chita, L. David, C. Pali, "Hubungan Antara Self-Control dengan perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011," *Jurnal e-Biomedik*, vol. 3, no. 1, pp. 297-302, 2015.
- [17] N. Hanum, "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomika*, vol. 1, no. 2, pp. 107-116, 2017.
- [18] E. Wahyudi, L. Izhar, "Strategi Pemasaran Kopi Arabika Kerinci di Provinsi Jambi," *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, vol. 21, no. 3, pp. 277-287, 2018.
- [19] E. Syainah, S. Novita, R. Yanti, "Kajian Pembuatan Yoghurt dari Berbagai Jenis Susu dan Inkubasi yang Berbeda Terhadap Mutu dan Daya Terima," *Jurnal Skala Kesehatan*, vol. 5, no. 1, pp. 1-8, 2014.
- [20] E. Heryanto, Y. Puspitasari, "Dampak Pemberian Susu Formula Tinggi Kadar Gula dan Cara Penyajian Botol Susu dengan Kejadian Diare pada Anak Usia 6 - 24 Bulan di UPTD Puskesmas Sekar Jaya Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten OKU tahun 2017," *Cendekia Medika*, vol. 2, no. 2, pp. 38-46, 2017.
- [21] Hafsa, Astriana, "Pengaruh Variasi Stater Terhadap Kualitas Yoghurt Susu Sapi," *Jurnal Bionature*, vol. 13, no. 2, pp. 96-102, 2012.
- [22] E.N. Widiyaningsih, "Peran Probiotik untuk Kesehatan," *Jurnal Kesehatan*, vol. 4, no. 1, pp. 14-20, 2011.
- [23] C. Wijaya, N. Kusumawati, I. Nugerhani, "Pengaruh Jenis Gula dan Penambahan Sari Nanas-Wortel Terhadap Sifat Fisiko-kimia, Viabilitas Bakteri Yogurt, serta Organoleptik Yogurt Non Fat," *Jurnal Teknologi Pangan dan Gizi*, vol. 11, no. 2, pp. 18-26, 2012.
- [24] M. H. Adam, Andy, "Penambahan Ekstrak Bunga Rosella (*Hibiscus sabdriffa* Linn) untuk Peningkatan Kualitas Yogurt," *Jurnal Agrisistem*,

- vol. 7, no. 2, pp. 96–105, 2011.
- [25] D.L. Rukmi, R. Wijaya, R.A. Nurfitriani, “Kadar Laktosa, Gula Reduksi, dan Nilai pH Yogurt dengan Penambahan Bekatul Selama 15 Hari Penyimpanan Refrigerasi,” *Jurnal Ilmu Peternakan Terapan*, vol. 3, no. 2, pp. 38–43, 2020.
- [26] K.K. Kabuli, Y. Indriani, S. Situmorang, “Analisis Pengetahuan dan Sikap Konsumen dalam Membeli Yoghurt di Bandar Lampung,” *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 196–204, 2018.
- [27] S. Kumalaningsih, M.H. Pulungan, Raisyah, “Substitusi Sari Kacang Merah dengan Susu Sapi dalam Pembuatan Yogurt,” *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, vol. 5, no. 2, pp. 54–60, 2016.
- [28] Lestariningsih, M.S. Nada, M.Y. Yasin, S. Ropida, M.K. Abidin, “Peranan Nomor Kontrol Veteriner Terhadap Jaminan Mutu Keamanan Produk Hasil Peternakan,” *Jurnal Riset dan Konseptual*, vol. 5, no. 1, pp. 180–188, 2020.
- [29] S.E.P. Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- [30] I.G.A.A. Dharmawati, I.N. Wirata, “Hubungan Tingkat Pendidikan, Umur, dan Masa Kerja dengan Tingkat Pengetahuan Kesehatan Gigi dan Mulut pada Guru Penjaskes SD di Kecamatan Tampak Siring Gianyar,” *Jurnal Kesehatan Gigi*, vol. 4, no. 1, pp. :1–5, 2019.
- [31] Y. Wulandari, Razali, Ismail, Rosmaidar, Fakhrurrazi, T.F. Karmil, “Survei Pengetahuan dan Sikap Pemilik Rumah Makan Terhadap Kehalalan Olahan Pangan Asal Hewan di Kota Banda Aceh,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Veteriner*, vol. 1, no. 3, pp. 275–282, 2017.
- [32] A. Syahputra, H.D. Hamoraon, “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan,” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, vol. 2, no. 8, pp. 475–487, 2014.
- [33] V.F. Taroreh, “Kajian Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluarsa,” *Jurnal Hukum Unsrat*, vol. 2, no. 2, pp. 93–104, 2014.
- [34] L. D. D. Arini, “Faktor-faktor Penyebab dan Karakteristik Makanan Kadaluarsa yang Berdampak Buruk pada Kesehatan Masyarakat,” *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*, vol. 2, no. 1, pp. :15–24, 2017.
- [35] F. Nuryanti, Junianto, W. Lili, “Analisis Sanitasi dan Higiene Unit Pengolahan Ikan Kep.01/Men/2007 (Studi Kasus Pengolahan Otak-Otak Bandeng di UKMP Juwita Food Bandung),” *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, vol. 3, no. 2, pp. 126–132, 2017.