

Research Article

Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Susu Sebagai Upaya Pemenuhan Gizi Selama Terjadi Wabah PMK

Vicy Wahyu Putra¹, Titis Surya Maha Rianti^{2*}, Dwi Susilowati³

^{1,2}Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang, Indonesia

³Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang, Indonesia

*Korespondensi: rianti.titis@unisma.ac.id

ABSTRACT

The existence of an outbreak of Foot and Mouth Disease (FMD) makes people afraid to consume livestock meat and milk. The level of consumption of milk is currently experiencing a decline. Most Indonesian people prefer not to consume milk during an FMD outbreak because people think that it can be harmful to their health. The purpose of this study is to determine people's preference for milk buyers during FMD outbreaks. This research was conducted in the city of Malang. The type of sampling method used is the convenience sampling method which obtained 100 respondents. The types of data used are primary data and secondary data. The data analysis method used is conjoint analysis. The results obtained from this study are that people still prefer to buy milk during FMD outbreaks. The public's preference in buying milk during the PMK outbreak was that people preferred UHT milk, had a banana flavor, used cardboard packaging, had no fat content, were willing to buy for 15,000/liter, and had the SNI label.

Keywords: Preference, Consumer, Milk, FMD Outbreak

ABSTRAK

Keberadaan wabah Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) membuat masyarakat takut untuk mengkonsumsi daging dan susu hewan ternak. Tingkat konsumsi susu saat ini sedang mengalami penurunan. Sebagian besar masyarakat Indonesia lebih memilih untuk tidak mengkonsumsi susu selama terjadi wabah PMK, karena masyarakat beranggapan bahwa itu dapat membahayakan bagi kesehatan tubuh mereka. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui preferensi masyarakat terhadap pembeli susu selama terjadi wabah PMK. Penelitian ini dilakukan di Kota Malang. Jenis metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *convenience sampling* yang diperoleh 100 responden. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis konjoin. Hasil yang diperoleh pada dari penelitian ini yaitu Masyarakat masih prefer terhadap pembelian susu selama terjadi wabah PMK. Preferensi masyarakat dalam pembelian susu selama terjadi wabah PMK adalah masyarakat lebih menyukai produk susu dengan jenis susu UHT, memiliki rasa pisang, menggunakan kemasan karton, memiliki kandungan lemak no fat, bersedia membeli dengan harga 15.000/liter, dan berlabel SNI.

Kata Kunci: Preferensi, Konsumen, Susu, Wabah PMK

ARTICLE HISTORY

Received: 09.05.2023

Accepted: 12.05.2023

Published: 29.05.2023

ARTICLE LICENCE

Copyright © 2023 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

1. Latar Belakang

Susu merupakan salah satu minuman sehat hasil hewan ternak yang sangat digemari masyarakat, Tak heran susu sering menjadi konsumsi masyarakat sehari-hari. Sebagai minuman sehat, susu sangat bermanfaat bagi seluruh kalangan usia karena kandungan gizi yang lengkap terkandung didalamnya yaitu kalsium yang sangat bermanfaat bagi tulang dan gigi (Anggraeni, et al., 2021)

Alasan masyarakat menjadikan susu sebagai konsumsi sehari-harinya, karena didalam susu mengandung banyak manfaat yang tidak dapat diragukan, hampir semua nutrisi yang dikandung susu bermutu tinggi. Kandungan protein dan lemak didalam susu sangat baik serta kandungan vitamin dan mineralnya juga sempurna, sehingga susu memberikan peran penting dalam peningkatan kualitas gizi. Menurut (Anjarsari B, 2010),

komposisi kimia susu mengandung lemak 3,8%, protein 3,2%, laktosa 4,7%, abu 0,855%, air 87,25%, dan bahan kering 12,75%.

Keberadaan wabah Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) membuat masyarakat takut untuk mengkonsumsi daging dan susu hewan ternak. Tingkat konsumsi susu saat ini sedang mengalami penurunan. Secara Teori tingkat konsumsi susu selama terjadi wabah Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) mengalami kenaikan. Menurut (Badan Pusat Statistik, 2022) tingkat konsumsi susu di Kota Malang pada tahun 2021 sampai 2022 mengalami kenaikan dimana total konsumsi susu pada tahun 2021 sebesar 0,021 dan pada tahun 2022 sebesar 0,036. Tetapi menurut kenyataan di lapangan tingkat konsumsi susu di kota Malang pada saat kondisi PMK mengalami penurunan. Menurut berita yang dimuat di (Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik, 2022) Meningkatnya wabah penyakit mulut dan kuku (PMK) pada hewan di Kota Malang telah menimbulkan kekhawatiran sebagian masyarakat dan ketidaknyamanan untuk memakan daging dan susu. Menurut survei yang dilakukan di Kota Malang, Anton mengakui bahwa dengan meningkatnya kasus PMK, konsumsi daging dan susu justru mengalami penurunan.

Menurut (Gelolodo, 2017) Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) merupakan salah satu penyakit yang serius yang menyerang hewan seperti sapi, kambing, domba, babi, dan berbagai satwa liar. PMK menjadi penting secara ekonomi karena selain menyebabkan kematian yang tinggi pada hewan muda, juga menurunkan produksi susu dan bahan hewan lainnya.

PMK memiliki 7 serologis yang berbeda jenis, pada serotipe O dan A yang menunjukkan bahwa ternak yang sembuh dari virus PMK akan terinfeksi ulang apabila dicampur dengan hewan yang terinfeksi virus PMK dari luar daerah (Jamal & Belsham, 2013)

Penyakit Mulut Dan Kuku sedikit sensitive pada hewan dari spesies yang karena masa inkubasi virus ini adalah 28 hari. Gejala klinis PMK antara lain demam, kehilangan nafsu makan, penyakit mulut dan kuku, dan lesi berkaki empat yang mencapai 39°C selama beberapa hari. Luka melepuh pada permukaan selaput lendir mulut, seperti lidah, gusi, bagian dalam pipi, dan bibir. Lesi di sepanjang tumit, celah kuku dan ligamen koroner kuku terlihat jelas di kaki. Luka juga dapat terjadi pada lubang hidung, moncong, dan puting susu (Adjid R, 2020).

Menurut Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kota Malang, Drh. Anton Pramujiono yang diposting (Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik, 2022) Penyakit mulut dan kuku kini menjangkiti hewan, sehingga masyarakat tidak perlu panik. Penyakit mulut dan kuku bukanlah penyakit zoonosis (penularan dari hewan ke manusia atau sebaliknya). Jadi tidak perlu takut mengonsumsi daging dan susu selama dimasak dengan benar.

Setiap masyarakat memiliki preferensi masing-masing dalam melakukan pembelian atau konsumsi produk, salah satunya pembelian atau konsumsi susu dalam upaya pemenuhan gizi. Preferensi konsumen adalah keputusan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen diantara berbagai pilihan produk yang ada (Muzdalifah, 2012). Menurut (P, Raharja dan Mandala, 2010), preferensi mengacu pada kemampuan memprioritaskan pilihan untuk mengambil keputusan. Preferensi konsumen setidaknya terkait dengan dua sikap yakni lebih suka (*prefer*) dan sama-sama disukai (*indifference*). Menurut (Karim, 2014), preferensi konsumen berkaitan erat dengan penentuan sikap dasar yang menjelaskan pilihan, serta menentukan sikap dan perilaku dalam penentuan pemilihan.

Dalam pembelian produk susu, masyarakat tidak akan terlepas dari pandangannya tentang karakteristik produk susu, dan karakteristik tersebut mempengaruhi preferensi pembelian susu masyarakat. Penelitian (Heruka *et al.*, 2023) memperlihatkan bahwa atribut susu sapi segar yang menjadi preferensi konsumen susu sapi segar di Kota Surakarta adalah harga yang sedang (Rp 6.000,00 – Rp 9.000,00), aroma susu yang *creamy* khas susu sapi, varian rasa yang murni putih atau vanilla, kebersihan tempat penjualan yang dapat ditoleransi dengan sedikit kotor berupa sisa minyak yang menempel pada meja makan, jumlah menu tambahan makanan yang lebih dari 10 jenis makanan, dan suasana tempat yang biasa saja (tidak ramai dan tidak sepi). Penelitian tersebut dilaksanakan pada saat kondisi yang normal. Sedangkan pada kondisi saat terjadi wabah PMK bisa jadi preferensi masyarakat terhadap pembelian susu berbeda. Atribut-atribut produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis susu, rasa susu, kemasan dan kadar lemak.

Uraian di atas menjadi latar belakang sebuah penelitian yang menganalisis preferensi pembelian susu masyarakat memenuhi kebutuhan gizi selama terjadi wabah PMK.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Malang. Kami telah memilih lokasi di kota Malang dari Desember hingga Februari 2022. Pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling, yaitu metode sampling berbasis aksesibilitas yang memungkinkan mudah dijangkaunya responden di populasi kota Malang. Karena kedekatan geografis populasi pengujian berkembang secara regional. Menurut (Badan Pusat Statistik, 2022), jumlah populasi masyarakat di kota Malang saat ini adalah 844.933 jiwa. Untuk mengambil sampel dari populasi yang ada, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 10%. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis konjoin dipilih sebagai metode analisis untuk mencapai tujuan penelitian. Analisis konjoin adalah teknik analisis multivariat yang dirancang khusus untuk memeriksa preferensi orang terhadap produk dan layanan dan untuk mengidentifikasi kombinasi atau komposisi karakteristik produk atau layanan lama dan baru yang paling disukai konsumen. Atribut adalah elemen yang termasuk dalam produk untuk menggambarkan sifat produk (Hair *et al.*, 2006).

Tujuan dari analisis konjoin adalah untuk mengetahui bagaimana seseorang mempersepsikan suatu objek yang terdiri dari satu atau lebih bagian. Hasil utama dari analisis konjoin adalah suatu bentuk (desain) produk barang atau jasa atau objek tertentu yang diinginkan oleh sebagian besar responden (R. D. Julianisa, 2016).

Tahap pertama analisis conjoin adalah menentukan dan merencanakan atribut dan level. Jumlah atribut produk susu sebanyak 6 atribut dan terdapat 18 level. Adapun atribut-atribut produk yang digunakan dalam analisis konjoin adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Atribut Preferensi Masyarakat dalam Pembelian Susu

| Atribut | Level |
|------------|--------------------|
| Jenis Susu | 1. Susu Bubuk |
| | 2. Susu Kental |
| | 3. Susu Murni |
| | 4. Susu UHT |
| Rasa Susu | 1. Rasa Vanilla |
| | 2. Rasa Coklat |
| | 3. Rasa Original |
| | 4. Rasa Strawberi |
| | 5. Rasa Pisang |
| Kemasan | 1. Kemasan Plastik |
| | 2. KemasanKarton |

| Atribut | Level |
|-------------|----------------------------|
| Kadar Lemak | 3. Kemasan Kaleng |
| | 1. Kadar Lemak Fat |
| | 2. Kadar Lemak No Fat |
| Harga Susu | 1. Harga Rp 12.000 / liter |
| | 2. Harga Rp 15.000 / liter |
| Label | 1. Berlabel SNI |
| | 2. Tidak berlabel |

Analisis dilakukan berdasarkan atribut dan level atribut yang dibuat untuk menghasilkan stimuli yang digunakan untuk menemukan data penelitian. Hasil analisis konjoin memberikan output berupa korelasi antara R Pearson dan tau Kendall dimana menurut (Sari, *et al.*, 2013) hasil yang diukur adalah korelasi antara Pearson's R dan Kendall's tau bila $>0,5$. Jika didapat, angka ini adalah angka yang relatif kuat, menunjukkan hubungan yang kuat antara tebakan dan aktual, atau prediksi akurat dari proses konjoin itu sendiri. Preferensi dan pilihan konsumen dapat diidentifikasi dengan nilai utilitas tertinggi untuk kedua atribut tersebut (Ramadhani, Yulistiani, Priyanto, & Estiasih, 2022)

3. Hasil dan Pembahasan

A. Karakteristik Konsumen Dalam Pembelian Susu Sebagai Upaya Pemenuhan Gizi Selama Terjadi Wabah PMK

Karakteristik setiap konsumen bisa saja berbeda-beda, dari cara pandang yang berbeda inilah mereka akan mengambil keputusan pembelian. Karakteristik setiap konsumen dapat dilihat dari beberapa faktor, seperti frekuensi pembelian susu, jenis susu yang dikonsumsi, tempat pembelian susu, dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian susu selama terjadi wabah PMK. Berikut penjelasan karakteristik konsumen dalam penelitian ini:

1. Frekuensi Konsumsi Produk Susu

Karakteristik konsumen berdasarkan frekuensi konsumsi produk susu dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Frekuensi Konsumsi Produk Susu

| Frekuensi Konsumsi | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|--------------------|---------------|----------------|
| Setiap Hari | 10 | 10 |
| Seminggu Sekali | 41 | 41 |
| Sebulan Sekali | 34 | 34 |
| Tidak Tentu | 15 | 15 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Tabel 2 menunjukkan bahwa frekuensi konsumsi produk susu sebagian besar responden adalah seminggu sekali dengan porsi 41% yaitu 41 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengkonsumsi produk susu seminggu sekali untuk memenuhi kebutuhan gizi mereka.

2. Jenis Produk Susu yang Sering Dikonsumsi

Karakteristik konsumen berdasarkan jenis susu yang sering dikonsumsi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jenis Produk Susu yang Sering Dikonsumsi

| Jenis Produk Susu | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
|-------------------|---------------|----------------|

| | | |
|-------------------|------------|------------|
| Susu UHT | 62 | 62 |
| Susu Bubuk | 16 | 16 |
| Susu Kental Manis | 18 | 18 |
| Lainnya | 4 | 4 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Dari Tabel 3, menunjukkan produk susu yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah susu UHT yaitu sebesar 62% atau 62 orang. Hal ini menunjukkan bahwa susu UHT diantara produk susu lainnya merupakan produk susu yang paling sering dikonsumsi dan disukai oleh responden.

3. Tempat Pembelian Produk Susu

Karakteristik konsumen berdasarkan tempat pembelian produk susu dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Tempat Pembelian Produk Susu

| Tempat Pembelian | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|-------------------------|----------------------|-----------------------|
| Swalayan | 58 | 58 |
| Pasar | 10 | 10 |
| Toko Kelontong | 24 | 24 |
| KUD | 6 | 6 |
| Toko Susu | 2 | 2 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Tabel 4 menunjukkan bahwa terdapat 58 orang atau 58%. Dalam hal membeli produk susu, responden memilih membeli di swalayan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi produk susu ditemukan di mana-mana, termasuk di swalayan.

4. Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Selama Terjadi Wabah PMK

Karakteristik konsumen berdasarkan keputusan pembelian susu selama terjadi wabah PMK dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Selama Terjadi Wabah PMK

| Preferensi Masyarakat dalam Pembelian Susu | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|---|----------------------|-----------------------|
| Masih Membeli | 70 | 70 |
| Tidak Membeli | 30 | 30 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Tabel 5. Dapat diketahui bahwa masyarakat masih membeli produk susu dengan persentase 70% atau 70 orang. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat masih prefer terhadap pembelian susu selama terjadi wabah PMK, dengan mayoritas alasan tidak terlalu khawatir terhadap wabah tersebut dan percaya bahwa produk susu yang dijual sudah terjamin kualitasnya sehingga aman untuk dikonsumsi.

B. Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Susu Sebagai Upaya Pemenuhan Gizi Selama Terjadi Wabah PMK

Masyarakat umum tidak dapat memisahkan pandangannya terhadap karakteristik yang terkandung dalam produk susu saat membeli atau mengonsumsi susu, dan karakteristik dari produk tersebut akan mempengaruhi pembelian produk susu oleh

masyarakat. . Sebuah pengujian menggunakan analisis konjoin dilakukan untuk memperhitungkan preferensi masyarakat untuk karakteristik produk susu.

Analisis konjoin mengeksplorasi bagaimana konsumen menginginkan atau lebih menyukai suatu produk atau jasa dengan mengukur tingkat kegunaan produk dan kepentingan relatif dari berbagai atribut produk. Berdasarkan hasil perhitungan, akan diketahui bahwa nilai korelasi antara Pearson's R dan Kendall's tau secara statistik signifikan di bawah 0,05. Artinya peringkat aktual dan peringkat berdasarkan hasil estimasi menunjukkan hubungan linier yang kuat/signifikan (Puspitaningrum & Setiawati, 2021). Hasil nilai Korelasi Pearson's R dan Kendall's tau dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Korelasi Pearson's R dan Kendall's tau

| | Value | Sig |
|---------------|-------|-------|
| Pearson's R | 0,838 | 0,000 |
| Kendall's tau | 0,644 | 0,000 |

Berdasarkan Tabel 6, hasil *conjoint* produk susu untuk parameter Korelasi *Pearson's R* adalah 0,838 dan *Kendall's tau* adalah 0,644 ($R > 0,5$) dengan nilai probabilitas 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat atau hubungan yang nyata antara hasil *conjoint* dengan pendapat masyarakat.

Mengukur preferensi konsumsi masyarakat terhadap produk susu dalam upaya memenuhi kebutuhan gizi selama terjadi wabah PMK berdasarkan atribut produk ditunjukkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Preferensi Konsumsi Masyarakat terhadap Produk Susu Menurut Atribut Produk

| Atribut Produk | Nilai Kepentingan | Level Atribut Produk | Utility Estimate | Preferensi |
|-----------------|-------------------|----------------------|------------------|-----------------|
| Jenis Susu | 25.735 | Bubuk | -0,137 | Susu UHT |
| | | Kental manis | -0,039 | |
| | | Murni | -0,184 | |
| | | Susu UHT | 0,359* | |
| Rasa Susu | 28.810 | Vanilla | 0,033 | Pisang |
| | | Coklat | -0,007 | |
| | | Original | -0,236 | |
| | | Strawberi | 0,098 | |
| Kemasan | 16.411 | Pisang | 0,112* | Karton |
| | | Plastik | -0,217 | |
| | | Karton | 0,127* | |
| Kandungan Lemak | 8.588 | Kaleng | 0,090 | No Fat |
| | | Fat | -0,006 | |
| | | No Fat | 0,006* | |
| Harga | 6.917 | Rp 12.000/L | -0,057 | Rp 15.000/Liter |
| | | Rp 15.000/L | 0,057* | |
| Label | 13.540 | Berlabel SNI | 0,047* | Berlabel SNI |
| | | Tidak berlabel | -0,047 | |
| (Constant) | | | 3.427 | |

Tabel 7, menunjukkan bagaimana preferensi ini dinilai dalam hal kepentingan dan kegunaan. Kepentingan rasa paling tinggi sebesar 28.810 yang berarti bahwa atribut rasa memiliki nilai kepentingan paling penting dibandingkan dengan atribut lainnya seperti jenis susu, kemasan, kadar lemak, harga, label, dll. Alasan orang menyukai produk susu adalah karena rasa susunya. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian (Cahyanti & Najib, 2016) Atribut rasa merupakan atribut yang paling penting dalam produk minuman yogurt. Kegunaan susu dihitung dengan menggunakan stimuli untuk menentukan kombinasi tingkat atribut mana yang disukai oleh masyarakat. Atribut yang lebih disukai dilihat dari nilai *utility estimate* yang paling besar. Dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih menyukai produk susu dengan jenis susu UHT (0,359), memiliki rasa pisang (0,112), menggunakan kemasan karton (0,127), memiliki kandungan lemak no fat (0,006), bersedia membeli dengan harga 15.000/liter (0,057), dan berlabel SNI (0,047).

Masyarakat lebih memilih produk susu jenis susu UHT karena berdasarkan studi kasus penelitian pada saat terjadi penyakit mulut dan kuku. Masyarakat lebih menyukai produk susu yang terjamin kualitasnya. Susu UHT jenis ini melalui proses pemanasan 135-150 derajat dalam waktu yang sangat singkat yaitu 2-3 detik, yang dapat membunuh bakteri berbahaya di dalam susu. Selain itu, karena karakteristik jenis susu yang umumnya dikonsumsi konsumen adalah susu UHT.

Rasa pisang merupakan variasi rasa baru dan masyarakat lebih memilih susu rasa pisang karena pisang juga mengandung berbagai manfaat kesehatan. Rasa pisang membuat Anda kenyang, membuatnya sempurna untuk diet. Selain itu, tanggapan konsumen atas pertanyaan di mana membeli susu menunjukkan bahwa konsumen sering membeli susu di supermarket, di mana supermarket susu menawarkan lebih banyak pilihan dan rasa produk susu yang lebih baru.

Orang-orang menyukai produk susu dalam karton. Karena kemasan karton lebih praktis dan mudah dibawa serta disimpan dimana saja. Kemasan karton aman untuk makanan, menjaga kesegaran susu dan ramah lingkungan sehingga tidak menjadi limbah pencemar. Selain itu juga susu UHT menggunakan kemasan karton, berdasarkan tanggapan responden terhadap jenis susu, Susu UHT yang paling banyak dikonsumsi konsumen.

Masyarakat lebih menyukai produk susu dengan kandungan lemak no fat. Hal ini dikarenakan Sebagian konsumen beranggapan bahwa susu yang mengandung lemak tinggi tidak baik untuk kesehatan. Susu yang memiliki kandungan lemak rendah juga cocok untuk dikonsumsi seseorang yang terbiasa minum susu dan sedang program diet. Selain itu, berdasarkan karakteristik responden, usia responden dominan berusia 30-39 tahun, dimana pada kondisi umur tersebut sudah memulai untuk menghindari lemak yang berlebihan.

Masyarakat akan rela membelinya dengan harga Rp 15.000 per liter. Hal ini dikarenakan konsumen mempertimbangkan harga sebelum membeli suatu produk. Namun, beberapa konsumen bersedia membayar lebih jika produk tersebut benar-benar memenuhi kebutuhan dan kualitasnya. Selain itu, berdasarkan reaksi konsumen terhadap jenis susu yang biasa mereka konsumsi, masyarakat lebih memilih susu UHT. Hal ini juga sesuai dengan hasil peneliti. (Nasution, 2009) responden lebih menyukai susu rasa manis, berlabel halal, bebas pengawet, dengan harga antara Rp10.000 hingga Rp15.000 per liter, dan disediakan dalam kemasan karton.

4. Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa selama wabah penyakit mulut dan kuku masyarakat masih lebih memilih untuk tetap membeli susu, karena mayoritas tidak terlalu peduli dengan wabah tersebut dan percaya bahwa kualitas produk susu yang dijual terjamin. Untuk menjaga mereka tetap aman. Berdasarkan karakteristik produk, preferensi masyarakat dalam membeli susu pada saat wabah PMK, masyarakat menyukai susu UHT, rasa pisang, menggunakan kemasan karton, tidak mengandung lemak, bersedia membeli dengan harga 15.000 /liter dan merek SNI. Dapat disarankan kepada produsen bahwa dalam mengembangkan produk susu, produsen dapat membuat produk sesuai dengan preferensi masyarakat, misalnya jenis susu UHT, rasa pisang, karton, bebas lemak, siap beli dengan harga 15.000/liter dan bermerek SNI dan dukungan pemerintah juga diperlukan untuk mendukung industri susu dengan menetapkan pedoman dan arahan produksi yang tepat bagi produsen yang dapat menyampaikan kepada konsumen bahwa produk susu masih aman untuk dikonsumsi karena tidak terkait dengan wabah kaki dan mulut yang terjadi akibat zoogenesis. virus

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT. Indofood untuk pendanaan yang telah diberikan melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN) tahun 2022- 2023.

Daftar Pustaka

- Adjid R. (2020). *Penyakit Mulut dan Kuku: Penyakit Hewan Eksotik yang Harus Diwaspadai Masuknya ke Indonesia*. *Wartazoa*, 30, 61–70.
- Anggraeni, E. D., Hidayat, S. I., & Amir, I. T. (2021). Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Konsumsi Susu. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 10(1), 41. <https://doi.org/10.26418/j.sea.v10i1.47753>
- Anjarsari B. (2010). *Pangan hewani: fisiologi pasca mortem dan teknologi*. In *Graha Ilmu*.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Kota Malang Dalam Angka 2022. *Badan Pusat Statistik*, 1–458. Retrieved from <https://malangkota.bps.go.id/publication/2022/02/25/f0956410736a31dde7f7af54/kota-malang-dalam-angka-2022.html> (Diakses: 10 Juli 2022)
- Bidang Komunikasi Dan Informasi Publik. (2022). Wabah PMK Merebak, Masyarakat Tidak Perlu Takut Konsumsi Daging dan Susu. Retrieved September 23, 2022, from malangkota.go.id website: <https://malangkota.go.id/2022/05/28/wabah-pmk-merebak-masyarakat-tak-perlu-takut-konsumsi-daging-dan-susu/>
- Cahyanti, T., & Najib, M. (2016). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Yogurt Drink (Studi Kasus Kota Bogor Jawa Barat). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(1), 176–183. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.1.19>
- Gelolodo, M. A. (2017). The Role of Molecular Approach in Foot and Mouth Disease Eradication Program. *Jurnal Kajian Veteriner*, 5(2), 21–42. <https://doi.org/10.35508/jkv.v5i1.1022>
- Hair et al. (2006). *Multivariate Data Analysis Sixth Edition*.
- Heruka Ahmad Milareva, Sugiharti Handayani, U. B. (2023). *Analysis Of Consumer Preferences On The Purchase Of Fresh Cow ' S*. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7, 292–301. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.01.26>

- Jamal, S. M., & Belsham, G. J. (2013). *Foot-and-mouth disease : past , present and future. Veterinary research,* 44, 1–14. <https://doi.org/10.1186/1297-9716-44-116>
- Karim, A. (2014). *Ekonomi Mikro Islam. Rajawali Pers,* 5, 52–53.
- Muzdalifah. (2012). Kajian Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buahan Lokal di Kota Banjarbaru. *Jurnal Agribisnis Perdesaan,* 02(04), 297–309. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/9256/kajian-preferensi-konsumen-terhadap-buah-buahan-lokal-di-kota-banjarbaru>
- Nasution, A. (2009). *Sikap dan Preferensi Konsumen Dalam Mengkonsumsi Susu Cair (Pada Hypermarket Carrefour.*
- P, Raharja dan M, M. (2010). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar,* Jakarta Sina.
- Puspitaningrum, S., & Setiawati, C. I. (2021). *Analisis 7 Atribut e-Commerce Berbasis Website sebagai Dasar Preferensi Konsumen di Kota Bandung dengan Pendekatan Analisis Konjoin, Jurnal manajemen dan Bisnis,* Vol. 6. [10.23917/benefit.v6i2.14085](https://doi.org/10.23917/benefit.v6i2.14085)
- R. D. Julianisa, et al. (2016). Analisis Konjoin Full Profile Dalam Pemilihan Bedak Untuk Mahasiswi Departemen Statistika Universitas Diponegoro. *Jurnal Gaussian,* Vol 5, 747–756. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.5.4.747-756>
- Ramadhani, F., Yulistiani, R., Priyanto, A. D., & Estiasih, T. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Susu Pasteurisasi Pulsed Electric Field “ Milkaya ” Di Cv Milkinesia Nusantara Analysis Of Consumer Preferences Of Pulsed Electric Field Pasteurized Milk " Milkaya " In CV Milkinesia Nusantara. *Jurnal Pangan dan Agroindustri,* 10(4), 204–215. <https://doi.org/10.21776/ub.jpa.2022.010.04.3>
- Sari, D. Y., Sasongko, & Julianto, D. E. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Reputasi Perusahaan , Atribut Produk , Dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Konsumen Pujasera Jl . PB . Sudirman Jember). *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa.* Retrieved from <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/59138>