

TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN TERHADAP BERBAGAI MEREK SUSU ULTRA HEAT TREATMENT (UHT) YANG BEREDAR DI PAMEKASAN

C.S. Widyananda, J. Purdiyanto, Samholi

e-mail : joko.purdiyanto@unira.ac.id

Prodi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Madura

ABSTRAK

Susu merupakan makanan yang hampir sempurna karena kandungan zat gizinya yang lengkap. Untuk mencegah penurunan kualitas maka susu dilakukan pasteurisasi dengan proses Ultra Heat Treatment (UHT). Susu UHT adalah susu segar pada suhu tidak kurang dari 135°C selama 2 detik dan segera dikemas dalam kemasan steril. Di pasaran banyak beredar berbagai merek susu UHT yang dapat dipilih oleh konsumen dalam mengkonsumsi susu UHT, sehingga dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap berbagai merek susu Ultra Heat Treatment (UHT) yang beredar di Pamekasan.

Materi penelitian yang digunakan adalah susu UHT yang beredar di minimarket Kabupaten Pamekasan, dengan merek G_0 = Susu UHT UltraMilk. G_1 = Susu UHT IndoMilk. G_2 = Susu UHT Frisian Flag. G_3 = Susu UHT DiamondMilk. G_4 = Susu UHT Greenfields. Parameter yang diamati adalah tingkat kesukaan dengan uji organoleptik meliputi warna, rasa, dan aroma susu. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis sensoris deskriptif dengan menggunakan uji hedonik (kesukaan) dengan 7 skala penilaian dan uji deskriptif dengan panelis tidak terlatih sebanyak 50 orang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan *Analisis of Variance* dan jika ada perbedaan digunakan uji lanjut BNT. Untuk melengkapi hasil penelitian digambarkan dengan uji deskriptif.

Kesimpulan penelitian adalah : Warna dari kelima merek susu UHT tidak mempengaruhi kesukaan konsumen, artinya tidak ada perbedaan kesukaan konsumen dalam mengkonsumsi susu UHT dari kriteria warna susu UHT. Aroma dari kelima merek susu UHT memiliki perbedaan terhadap tingkat kesukaan konsumen ($P < 0,05$), artinya bahwa konsumen menilai dari masing masing merek susu UHT memiliki aroma yang berbeda. Sedangkan hasil analisa sensoris terhadap rasa pada kelima merek susu UHT menunjukkan ($P < 0,05$), artinya konsumen menilai dari masing masing merek susu UHT memiliki rasa yang berbeda. Berdasarkan uji deskriptif dapat disimpulkan bahwa bahwa susu UHT yang warnan dan aromanya paling disukai konsumen adalah susu Greenfield. Sedangkan susu UHT yang rasanya paling disukai konsumen adalah merek susu Frisian Flag.

Kata kunci : Kesukaan konsumen, susu UHT, Pamekasan

1. PENDAHULUAN

Susu merupakan makanan yang

hampir sempurna karena kandungan zat gizinya yang lengkap. Selain air, susu

mengandung protein, karbohidrat, lemak, mineral, enzim-enzim, serta vitamin A, C, dan D dalam jumlah memadai. Manfaat susu ini merupakan hasil dari interaksi molekul-molekul yang terkandung di dalamnya (Apriantini, 2020).

Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI), susu segar itu merupakan cairan yang berasal dari ambing sapi sehat dan bersih yang diperoleh dari cara pemerahan yang benar serta kandungan alaminya tidak dikurangi atau ditambah suatu apapun dan belum mendapat perlakuan apapun. Susu UHT adalah susu segar atau susu rekonstitusi atau susu rekombinasi yang disterilkan pada suhu tidak kurang dari 135°C selama 2 detik dan segera dikemas dalam kemasan steril. Pemanasan suhu tinggi dimaksudkan untuk membunuh bakteri sehingga mengakibatkan citarasa susu yang dihasilkan tidak terlalu bagus, akan tetapi kelebihan kandungan gizinya diformulasikan menyerupai susu segar dan susu formula bubuk. Kandungan lemak susu tidak kurang dari 3,25% dan kandungan padatan bubuk lemak tidak kurang dari 8,25%. Waktu simpannya mencapai 6 bulan sampai setahun dalam suhu ruangan (Apriantini, 2020).

Suatu merek yang dikenal oleh pembeli akan menimbulkan minatnya untuk mengambil keputusan pembelian. Dampak dari simbol suatu produk memberikan arti didalam pengambilan keputusan, karena simbol dan image merupakan hal penting dalam periklanan

dan mempunyai pengaruh dalam minat untuk membeli. (Anggraeny, 2019).

Tujuan penelitian ini merupakan penelitian eksperimen, untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap berbagai merek susu Ultra High Temperatur (UHT) yang beredar di Pamekasan

2. METODOLOGI

Materi penelitian yang digunakan adalah susu UHT yang beredar di minimarket Kabupaten Pamekasan, dengan merek G_0 = Susu UHT UltraMilk. G_1 = Susu UHT IndoMilk. G_2 = Susu UHT Frisian Flag. G_3 = Susu UHT DiamondMilk. G_4 = Susu UHT Greenfields. Parameter yang diamati adalah tingkat kesukaan dengan uji organoleptik meliputi warna, rasa, dan aroma susu. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis sensoris deskriptif dengan menggunakan uji hedonik (kesukaan) dan uji deskriptif. Analisis sensoris deskriptif adalah metode analisis sensoris dimana atribut sensoris suatu produk atau bahan pangan diidentifikasi, dideskripsikan, dan dikuantitatifkan dengan menggunakan panelis untuk tujuan ini (Setyaningsih, 2010). Uji hedonik (kesukaan) yang dipakai menggunakan 7 skala penilaian yaitu 7 = sangat suka sekali, 6 = sangat suka, 5 = suka, 4 = medium, 3 = tidak suka, 2 = tidak suka sekali, 1 = sangat tidak suka sekali. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan

angket (kuesioner) penilaian kesukaan (uji hedonik) dengan panelis tidak terlatih sebanyak 50 orang. Data yang diperoleh dari hasil uji hedonik dianalisis menggunakan ANOVA (*Analisis of*

Variance) dan jika ada perbedaan digunakan uji lanjut BNT. Untuk melengkapi hasil penelitian digambarkan dengan uji deskriptif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

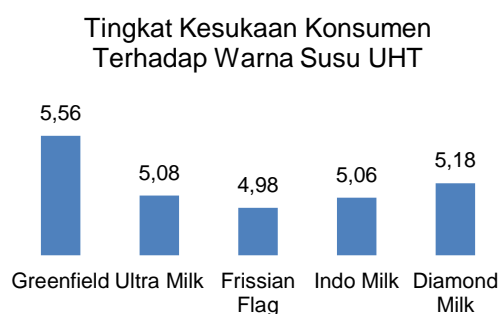
A. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini sebanyak 50 panelis tidak terlatih yang terdiri dari laki-laki sebanyak 21 orang (42 %) dan perempuan sebanyak 29 orang (58 %) dengan rentang umur antara 20 – 25 tahun.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Sensoris Warna Susu

Hasil analisa sensoris terhadap warna pada lima merek susu UHT menunjukkan bahwa warna dari berbagai merek Susu UHT tidak mempengaruhi kesukaan konsumen ($P > 0,05$). Sedangkan dengan uji deskriptif dapat dihasilkan bahwa susu UHT yang warnanya paling disukai konsumen adalah susu Greenfield seperti pada gambar berikut :



Gambar 1 Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Warna Susu UHT

Warna merupakan kesan pertama

yang muncul dan dinilai oleh panelis. Winarno (2004) berpendapat bahwa warna suatu bahan pangan mempunyai peranan penting dalam penentuan mutu serta mempunyai daya tarik untuk konsumen, sehingga konsumen dapat memberi kesan suka atau tidak suka dengan cepat. Warna merupakan parameter organoleptik yang paling pertama dalam penyajian. Warna yang menarik akan mengundang selera panelis atau konsumen untuk mencicipi produk tersebut.

Warna mempunyai arti dan peran yang sangat penting pada komoditas pangan. Suatu bahan pangan yang dinilai bergizi, enak dan teksturnya sangat baik tidak akan dimakan apabila memiliki warna yang tidak sedap dipandang atau memberi kesan yang menyimpang dari warna yang seharusnya. Pada penelitian ini panelis menunjukkan warna pada lima merek susu menunjukkan warna tidak berpengaruh terhadap kesukaan konsumen. Warna pada kelima produk susu ini lebih cenderung berwarna putih kekuningan. Meski kebanyakan berwarna putih tulang atau putih bersih namun ternyata ada juga warna susu yang kekuningan. Warna putih ataupun

kekuningan pada susu UHT merupakan hasil dispersi dari refleksi cahaya oleh globula lemak dan partikel koloidal dari casein dan calcium phosphate. Pada kelima susu UHT kandungan lemak dan protein pada susu yang komposisinya hampir sama, seperti yang diterangkan pada tabel 1 berikut:

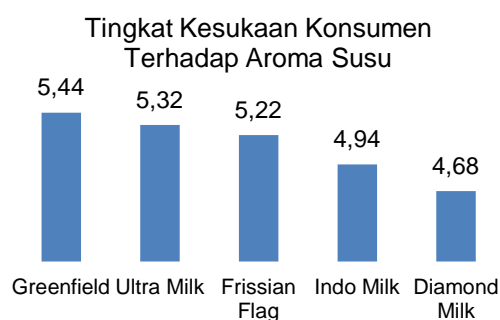
Tabel 1 Kandungan Lemak dan Protein dari Kelima Merek Susu UHT

No	Merek Susu	Lemak Total	
		% AKG	% DV*
1	Green Fields	14%	9g
2	Ultra Milk	12%	8g
3	Indo Milk	12%	8g
4	Frisian Flag	5%	3g
5	Diamond Milk	9%	6g

Sumber : Label Kandungan Gizi Susu UHT

2. Hasil Uji Sensoris Aroma Susu

Hasil analisa sensoris terhadap aroma menunjukkan bahwa aroma dari kelima merek susu UHT memiliki perbedaan terhadap tingkat kesukaan konsumen ($P < 0,05$). Setelah dilakukan uji BNT dihasilkan bahwa konsumen menilai dari masing masing merek susu UHT memiliki aroma yang berbeda. Sedangkan dengan uji deskriptif dapat dihasilkan bahwa susu yang aromanya paling disukai konsumen adalah susu Greenfield seperti pada gambar berikut :



Gambar 2 Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Aroma Susu UHT

Aroma merupakan salah satu parameter dalam pengujian sifat sensoris (organoleptik) dengan menggunakan indera penciuman. Aroma dapat diterima apabila bahan yang dihasilkan mempunyai aroma spesifik (Kusmawati, Aan, Ujang, & Evi, 2000). Selanjutnya aroma merupakan sensasi subyektif yang dihasilkan dengan penciuman (pembauan). Konstituen yang dapat menimbulkan aroma adalah senyawa volatile (yang dapat diisolasi dari bahan pangan biasanya kurang dari 100 ppm) (Santoso, Umar, & Gardjito, 1999).

Aroma susu dipengaruhi oleh sifat lemak yang mudah menyerap bau di sekitarnya. Pada kelima susu UHT masing masing merek susu memiliki aroma khas yang berbeda yang merupakan ciri atau kekhasan dari merek susu tersebut untuk membedakan dengan merek yang lain.

Hal ini dapat digambarkan dari kadar lemak total dan lemak jenuh dari kelima merek susu UHT yang rata-rata memiliki perbedaan yang signifikan seperti yang

diterangkan dalam tabel 2 berikut :

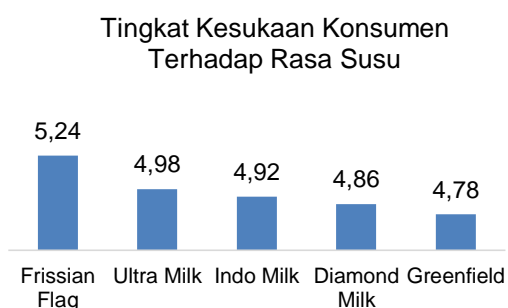
Tabel 2 Kandungan Lemak Total dan Lemak Jenuh kelima Merek Susu UHT

No	Merek Susu	Lemak Total	Lemak Jenuh
		% AKG	% AKG
1	Green Fields	9g	6g
2	Ultra Milk	8g	3,5g
3	Indo Milk	8g	3,5g
4	Frisian Flag	3g	2g
5	Diamond Milk	6g	4g

Sumber : Label Kandungan Gizi Susu UHT

3. Hasil Uji Sensoris Rasa Susu

Hasil analisa sensoris terhadap rasa pada kelima merek susu UHT menunjukkan bahwa rasa dari k ($P < 0,05$). Setelah dilakukan uji BNT dihasilkan bahwa konsumen menilai dari masing masing merek susu UHT memiliki rasa yang berbeda. Sedangkan dengan uji deskriptif dapat dihasilkan bahwa susu yang rasanya paling disukai konsumen adalah susu Frisian Flag seperti pada gambar berikut :



Gambar 3 Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Rasa Susu UHT

Rasa merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan suatu produk

dapat diterima atau tidak oleh konsumen. Rasa merupakan sesuatu yang diterima oleh lidah. Dalam pengindraan cecapan manusia dibagi empat cecapan utama yaitu manis, pahit, asam dan asin serta ada tambahan respon bila dilakukan modifikasi (Zuhra, 2006).

Pengujian sensoris untuk rasa dari berbagai merek susu dilakukan dengan cara mencicipi dan memberikan nilai rasa dari masing- masing susu dengan metoda Hedonic Scale Test. Rasa manis pada susu UHT disebabkan oleh kandungan laktosa pada susu tersebut sedangkan rasa sedikit asin disebabkan oleh kandungan khlorida, sitrat dan garam-garam mineral pada susu tersebut. Pada kelima susu UHT masing masing merek susu memiliki rasa khas yang berbeda yang merupakan ciri atau kekhasan dari merek susu tersebut untuk membedakan dengan merek yang lain. Hal ini didebabkan dari kelima merek susu mempunyai perbedaan komposisi berupa gula dan garam seperti pada tabel 3 berikut :

Tabel 3 Kandungan Gula dan Garam dari kelima merek susu UHT

No	Merek Susu	Kandungan Gula	Kandungan Garam
		%AKG	%AKG
1	Green Fields	12g	90mg
2	Ultra Milk	10g	55mg
3	Indo Milk	11g	130mg
4	Frisian Flag	11g	100mg
5	Diamond Milk	6g	100mg

Sumber : Label Kandungan Gizi Susu

UHT

C. KESIMPULAN

Warna dari kelima merek susu UHT tidak mempengaruhi kesukaan konsumen, artinya tidak ada perbedaan kesukaan konsumen dalam mengkonsumsi susu UHT dari kriteria warna susu UHT. Aroma dari kelima merek susu UHT memiliki perbedaan terhadap tingkat kesukaan konsumen ($P < 0,05$), artinya bahwa konsumen menilai dari masing masing merek susu UHT memiliki aroma yang berbeda. Sedangkan hasil analisa sensoris terhadap rasa pada kelima merek susu UHT menunjukkan ($P < 0,05$), artinya konsumen menilai dari masing masing merek susu UHT memiliki rasa yang berbeda.

Berdasarkan uji deskriptif dapat disimpulkan bahwa bahwa susu UHT yang warnan dan aromanya paling disukai konsumen adalah susu Greenfield. Sedangkan susu UHT yang rasanya paling disukai konsumen adalah merek susu Frissian Flag.

REFERENSI

- Apriantini, G. E. (2020). *Analisis Kadar Protein Produk Susu Cair Yang Diolah Melalui Proses Pemanasan Pada Suhu Yang Sangat Tinggi (Ultra High Temperature)*. Ijacr, 2(1), 9.
- Anggraeny, V. (2019, Juni). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Distribusi, Rasa Terhadap Keputusan pembelian*, Jurnal Ekonomi, 21(2), 1-9.
- Anggraeny, V. (2019). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Distribusi, Rasa Terhadap Keputusan pembelian, dan Pengaruhnya pada Customer Loyalty Konsumen Ultrajaya*. Jurnal Ekonomi, 21(2), 168.
- Anonim. (2013). *Pengujian Organoleptik*. Semarang: Program Studi Teknologi Pangan Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Astawan. (2005, Mei 05/10:40). *Proses UHT : Upaya Penyelamatan Gizi Pada Susu*. Dipetik Mei 2010, dari Waspada Online: [www.Kimia Indonesia,com](http://www.KimiaIndonesia.com)
- Candra, R. R., Retnaningsih, A., & Indah Aprianti. (2019). *Perbandingan Kadar Protein Susu Cair Uht Full Cream Pada Penyimpanan Suhu Kamar Dan Suhu Lemari Pendingin Dengan variasi Lama Penyimpanan Dengan Metode Kjeldhal*. Analis Farmasi, 4(1), 51.
- Gusti Ayu, A. E. (2020). *Analisis Kadar Protein Produk Susu Cair Yang Diolah Melalui Proses Pemanasan Pada Suhu Yang Sangat Tinggi (ultrahigh Temperature)*.
- Hanafiah, K. A. (2004). *Rancangan Percobaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Kusmawati, Aan, Ujang, H., & Evi, E. (2000). *Dasar Dasar Pengolahan Hasil Pertanian*. Jakarta: Central Grafika.
- Ningtyas, R. m. (2013). *Perilaku Konsumen terhadap pembelian susu UHT di Hypermarket Kota Malang*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Prihatin, T. (2018). *Implementasi Metode Simple Additive Weighting Dalam Penentuan Susu*. *Jurnal Teknik Komputer*, 4(2), 1-6.
- Rachmatullah, & Setyadi, A. (2015). *Implementasi Metode Ahp Dan Wp Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Susu Formula Balita*. *jurnal.stmik*, 21(2), 1-8.
- Rinto, Arafah, Utama, E., & Susila, B. (2002). *Kajian Keamanan Pangan (Formalin, Garam dan Mikrobial) pada Ikan Sepat Asin Produksi Indralaya*. *Jurnal Pembangunan Manusia*, 8(2). Dipetik Desember 11, 2012, dari <http://balitbangnovda.sumselprov.go.id/data/download/20100414130927.pdf>.
- Santoso, Umar, & Gardjito, M. (1999). *Hand Out Teknologi Pengolahan Buah Buahan dan Syuran*. Yogyakarta: Jurusan Teknologi Pengolahan Hasil Pertanian.
- Setiadi, S. (2006). *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 14*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Suryasingih, & Feti. (2015). *Pengaruh Lama Penyimpanan Susu Kedelai Cair Pada Lemari Pendingin Terhadap Kadar Protein Dengan Metode Kjeldahl*. Bandar Lampung: karya Tulis Ilmiah.
- Winarno. (2004). *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta: Gramedia