
**KARAKTERISTIK SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT YANG MENGONSUMSI
SUSU SELAMA WABAH PMK**

Vicy Wahyu Putra¹, Dwi Susilowati², Titis Surya Maha Rianti³.

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email: 21901032046@unisma.ac.id

²Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang

Email: dwi_s@unisma.ac.id, Email: rianti.titis@unisma.ac.id

Abstract

The existence of Foot and Mouth Disease (FMD) which recently attacked livestock ranging from cows, and buffaloes, to sheep or goats in a number of regions in Indonesia, has influenced people's milk consumption behavior. One way to determine people's milk consumption during FMD outbreaks is through the socio-economic characteristics of the community. The purpose of this study was to determine the relationship between the socio-economic characteristics of the community in consuming milk during an FMD outbreak. The research approach used is descriptive quantitative. The location of this research was carried out in Malang City from December to February 2022. The sampling method used the convenience sampling method which was calculated using the solving formula with an error rate of 10%. So a sample of 100 respondents was obtained. Sources of data used are primary data and secondary data. the selected analytical method is a quantitative descriptive method. The results of the analysis show that all categories of respondents' characteristics are still dominant for consuming milk during FMD outbreaks.

Keyword: Characteristics, Social, Economy, Milk, FMD outbreaks

Abstract

Keberadaan Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) yang baru-baru ini menyerang hewan ternak dari mulai sapi, kerbau, hingga domba atau kambing di sejumlah wilayah di Indonesia mempengaruhi perilaku konsumsi susu masyarakat. Salah satu cara untuk mengetahui konsumsi susu masyarakat selama wabah PMK yaitu melalui karakteristik sosial ekonomi masyarakat. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui keterkaitan karakteristik sosial ekonomi masyarakat dalam mengkonsumsi susu selama wabah PMK. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Malang pada bulan Desember – Februari 2022. Metode pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling yang hitung menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang dipilih adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh kategori karakteristik responden masih dominan untuk mengkonsumsi susu selama wabah PMK.

Keyword: Karakteristik, Sosial, Ekonomi, Susu, PMK

PENDAHULUAN

Seiring dengan pertumbuhan penduduk peran pangan tidak pernah mengalami penurunan namun terus mengalami peningkatan nilai yang searah dengan peningkatan akan kebutuhan kualitas dan kuantitas pangan. Semakin tingginya status sosial dan ekonomi masyarakat, maka tuntutan akan kualitas pangan yang bergizi akan semakin besar. Salah satu jenis pangan yang baik

untuk dikonsumsi dan mengandung gizi yang bermanfaat untuk tubuh adalah susu. Susu merupakan salah satu produk hasil peternakan yang menjadi konsumsi sehari-hari oleh masyarakat, serta susu sangat bermanfaat bagi seluruh kalangan usia. Karena susu memiliki kandungan gizi yang lengkap dan seimbang serta susu mengandung banyak kalsium yang memiliki manfaat untuk pertumbuhan tulang dan gigi (Anggraeni E, D., 2021)

Keberadaan Penyakit Mulut dan Kuku (PMK) yang baru-baru ini menyerang hewan ternak dari mulai sapi, kerbau, hingga domba atau kambing di sejumlah wilayah di Indonesia mempengaruhi perilaku konsumsi susu masyarakat. Salah satu cara untuk mengetahui konsumsi susu masyarakat selama wabah PMK yaitu melalui karakteristik sosial ekonomi masyarakat yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Karakteristik sosial ekonomi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga.

Menurut Husaini (2012), dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pangan rumah tangga tidak terlepas dari karakteristik rumah tangga. Salah satu karakteristik rumah tangga yang sangat berperan dalam mencukupi kebutuhan pangan rumah tangga adalah kondisi sosial ekonomi. Karakteristik sosial ekonomi relatif banyak dan beragam, meskipun demikian yang utama adalah umur, tingkat pendidikan, pekerjaan utama, dan jumlah anggota keluarga.

Uraian diatas mendasari dilakukannya penelitian yang akan menganalisis keterkaitan karakteristik sosial ekonomi masyarakat dalam mengkonsumsi susu selama PMK di kota Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Malang. Pemilihan lokasi di Kota Malang pada bulan Desember – Februari 2022. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kemudahan aksesibilitas dimana responden dalam suatu populasi di Kota Malang dapat mudah dalam mengaksesnya, berdasarkan kedekatan geografis populasi yang akan diteliti berada pada satu lingkup daerah. Menurut (Badan Pusat Statistik, 2022), total populasi masyarakat di Kota Malang saat ini mencapai 844.933 jiwa. Untuk mendapatkan sampel dari jumlah populasi yang ada, maka peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Untuk mencapai tujuan, metode analisis yang dipilih adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif yaitu sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kuantitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Karakteristik yang dideskripsikan meliputi jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Husaini (2012) dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan pangan rumah tangga tidak terlepas dari karakteristik rumah tangga. Salah satu karakteristik rumah tangga yang sangat berperan dalam mencukupi kebutuhan pangan rumah tangga adalah kondisi sosial ekonomi. Karakteristik sosial ekonomi relatif banyak dan beragam, meskipun demikian yang utama adalah umur, tingkat pendidikan, pekerjaan utama, dan jumlah anggota keluarga.

Menurut Santoso (2021) jenis kelamin adalah istilah dalam biologi yang membedakan anatomi serta fisik perbedaan antara seorang pria dengan seorang wanita. Keterkaitan karakteristik sosial ekonomi masyarakat dalam mengkonsumsi susu selama wabah PMK berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1

Keterkaitan Jenis Kelamin dalam Mengonsumsi Susu Selama PMK

Preferensi	Membeli	Tidak Membeli	Total
Jenis Kelamin			
Laki-Laki	16	7	23
Perempuan	54	23	77
	Total		100

Sumber: Data Primer, 2022 (diolah)

Tabel 1. menunjukkan bahwa 23 atau 23% responden berjenis kelamin laki-laki dan 77 atau 77% berjenis kelamin Wanita. Berdasarkan Tabel 1 juga dapat diketahui bahwa dari 23 jenis kelamin laki-laki 16 orang membeli dan 7 orang tidak membeli. Sedangkan dari 77 jenis kelamin perempuan, 54 orang membeli dan 23 orang tidak membeli produk susu. Hal ini sejalan dengan penelitian Nugroho (2020) bahwa mayoritas masyarakat dengan jenis kelamin perempuan lebih dominan dalam mengonsumsi produk susu dengan jumlah sebanyak 54 jiwa sedangkan laki-laki hanya sebanyak 16 jiwa.

Usia adalah usia individu yang dihitung mulai saat dilahirkan sampai dengan berulang tahun. semakin cukup usia, tingkat kematangan dan kekuatan individu akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja. Usia produktif individu mampu memberikan jasa bagi masyarakat (Lasut, *et al.* 2017). Keterkaitan karakteristik sosial ekonomi masyarakat dalam mengonsumsi susu selama wabah PMK berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2

Keterkaitan Usia Masyarakat dalam Mengonsumsi Susu Selama PMK

Preferensi	Membeli	Tidak Membeli	Total
Usia			
20 – 29 tahun	9	6	15
30 – 39 tahun	44	15	59
40 – 49 tahun	10	6	16
>50 tahun	7	3	10
	Total		100

Sumber: Data Primer, 2022 (diolah)

Berdasarkan Tabel 2 juga diketahui bahwa dari 15 responden berusia 20-29 tahun 9 orang membeli dan 6 orang tidak membeli, dari 59 responden berusia 30-39 tahun 44 orang membeli dan 15 orang tidak membeli, dari 16 responden berusia 40-49 tahun 10 orang membeli dan 6 orang tidak membeli, dari 10% responden berusia >50 tahun 7 orang membeli dan 3 orang tidak membeli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tua usia seseorang maka semakin matang proses berpikirnya, yang mungkin mempertimbangkan untuk mengonsumsi produk susu, terutama pada saat wabah PMK.

Menurut Ar-Rozi *et al* (2020) Tingkat Pendidikan berkaitan dengan wawasan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli. Pendidikan responden dilihat berdasarkan tingkat tertinggi sekolah atau terakhir yang pernah ditempuh. Keterkaitan karakteristik sosial ekonomi masyarakat dalam mengonsumsi susu selama wabah PMK berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Keterkaitan Pendidikan Terakhir Masyarakat dalam Mengkonsumsi Susu Selama PMK

Preferensi Pendidikan Ter.	Membeli	Tidak Membeli	Total
SMA	16	9	25
Sarjana	47	19	66
Pascasarjana	7	2	9
Total			100

Sumber: Data Primer, 2022 (diolah)

Berdasarkan Tabel 3 juga diketahui bahwa dari 25 responden yang berpendidikan terakhir SMA 16 orang membeli susu dan 9 orang tidak membeli susu, dari 66 responden yang berpendidikan terakhir sarjana 47 orang membeli susu dan 19 orang tidak membeli susu, dan dari 9 responden yang memiliki pendidikan terakhir pascasarjana 7 orang membeli susu dan 2 orang tidak membeli susu. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan tinggi mempengaruhi tingkat perolehan informasi, sikap, pengetahuan dan perilaku saat membeli produk susu selama wabah PMK.

Pekerjaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh penghasilan demi memenuhi kebutuhan sehari-hari (Utami & Tamami, 2020). Keterkaitan karakteristik sosial ekonomi masyarakat dalam mengkonsumsi susu selama wabah PMK berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4
Keterkaitan Pekerjaan Masyarakat dalam Mengkonsumsi Susu Selama PMK

Preferensi Pekerjaan	Membeli	Tidak Membeli	Total
Ibu Rumah Tangga	5	0	5
Pegawai Negeri Sipil	14	9	23
Pegawai Swasta	30	13	43
Pelajar/Mahasiswa	6	5	11
Pendidik Guru/Dosen	9	3	12
Wiraswasta	6	0	6
Total			100

Sumber: Data Primer, 2022 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4 juga diketahui bahwa dari 5 responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga 5 orang membeli susu dan 0 tidak membeli susu, dari 11 responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa 6 orang membeli susu dan 5 orang tidak membeli susu, dari 23 responden bekerja sebagai pegawai negeri sipil 14 orang membeli susu dan 9 orang tidak membeli susu, dari 43 responden yang bekerja sebagai pegawai swasta 30 orang membeli susu dan 13 orang tidak membeli susu, dari 6 responden yang bekerja sebagai wiraswasta 6 orang membeli susu dan 0 tidak membeli susu, dari 12 responden yang bekerja sebagai pendidik guru/dosen 9 orang membeli susu dan 3 orang tidak membeli susu. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan yang dimiliki masing-masing responden adalah pegawai swasta dan lebih dominan dalam membeli susu.

Keterkaitan karakteristik sosial ekonomi masyarakat dalam mengkonsumsi susu selama wabah PMK berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5
Keterkaitan Pendapatan Masyarakat dalam Mengkonsumsi Susu Selama PMK

Pendapatan	Preferensi	Membeli	Tidak Membeli	Total
<Rp 2.000.000		6	5	11
Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000		10	1	11
Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000		12	7	19
>Rp 4.000.000		42	17	59
Total				100

Sumber: Data Primer, 2022 (diolah)

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui, bahwa dari 11 responden yang memiliki pendapatan <Rp 2.000.000 6 orang membeli susu dan 5 orang tidak membeli susu, dari 11 responden yang memiliki pendapatan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 10 orang membeli susu dan 1 orang tidak membeli susu, dari 19 responden yang memiliki pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 12 orang membeli susu dan 7 orang tidak membeli susu, dari 59 responden yang memiliki pendapatan >Rp 4.000.000 42 orang membeli susu dan 17 orang tidak membeli susu. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan responden dalam sebulan dapat mempengaruhi tingkat keputusan konsumsi susu.

Anggota keluarga adalah seseorang yang menjadi anggota keluarga inti dan orang lain yang tinggal serumah dengan responden (Ar-Rozi et al, 2020). Keterkaitan karakteristik sosial ekonomi masyarakat dalam mengkonsumsi susu selama wabah PMK berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6
Keterkaitan Jumlah Anggota Keluarga dalam Mengkonsumsi Susu Selama PMK

J.A Keluarga	Preferensi	Membeli	Tidak Membeli	Total
2 Anggota		5	4	9
3 Anggota		14	5	19
4 Anggota		20	9	29
>4 Anggota		31	12	43
Total				100

Sumber: Data Primer, 2022 (diolah)

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa dari 9 responden yang memiliki jumlah anggota keluarga 2 anggota 5 orang membeli susu dan 4 orang tidak membeli susu, dari 19 responden yang memiliki jumlah anggota keluarga 3 anggota 14 orang membeli susu dan 5 orang tidak membeli susu, dari 29 responden yang memiliki jumlah anggota keluarga 4 anggota 20 orang membeli susu dan 9 orang tidak membeli susu, dari 43 responden yang memiliki jumlah anggota keluarga >4 anggota 31 orang membeli susu dan 12 orang tidak membeli susu. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas anggota keluarga yang dimiliki oleh masing-masing responden adalah > 4 orang dan lebih dominan dalam mengkonsumsi susu.

KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin laki-laki dan perempuan masih membeli susu pada saat terjadi wabah PMK namun di dominasi jenis kelamin perempuan sebanyak 54 jiwa. Seluruh kategori usia masyarakat masih membeli susu pada saat terjadi wabah PMK namun di dominasi usia 30-39 tahun sebanyak 44 jiwa. Seluruh kategori Pendidikan terakhir masyarakat masih membeli susu pada saat terjadi wabah PMK namun di dominasi Pendidikan terakhir sarjana sebanyak 47 jiwa. Seluruh kategori pekerjaan masyarakat juga masih membeli susu pada saat terjadi wabah PMK namun di dominasi jenis pekerjaan pegawai swasta sebanyak 30 jiwa. Seluruh kategori pendapatan masyarakat masih membeli susu pada saat terjadi wabah PMK namun di dominasi jumlah anggota keluarga >4 orang sebanyak 31 jiwa.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada PT. Indofood atas pendanaan yang telah diberikan melalui program Indofood Riset Nugraha (IRN) periode 2022-2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksara, P. B. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Anggraeni, E. D., Hidayat, S. I., & Amir, I. T. (2021). Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Konsumsi Susu. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 10(1), 41-49.
- Ar-Rozi, M. F., Masitoh, S., & Miftah, H. 2020. Analisis Persepsi Konsumen Beras Organik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Kasus Orang Tua Siswa Sekolah Alam Indonesia—Studio Alam, Depok). *Jurnal Agribisains*, 6(2): 89-100.
- BPS. (2022). Sensus Penduduk Kota Malang. Badan Pusat Statistik. Malang.
- Husaini, M. (2012). Karakteristik sosial ekonomi rumah tangga dan tingkat ketahanan pangan rumah tangga petani di Kabupaten Barito Kuala. *AGRIDES: Jurnal Agribisnis Perdesaan*, 2(4), 9258.
- Lasut et al. 2017. Analisis Perbedaan Kinerja Pegawai Berdasarkan Gender, Usia Dan Masa Kerja (Studi Pada Dinas Pendidikan Sitaro). *Journal Emba*. Vol 5(2):Pp. 2771-80.
- Santoso, M. D. Y. 2021. Faktor-faktor yang berhubungan dengan burnout pada tenaga kesehatan dalam situasi pandemi covid-19. *Jurnal Keperawatan Tropis Papua*, 4(1): 1-10.
- Utami, N. A., & Tamami, N. D. B. 2020. Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Batik Tulis di Pamekasan. *Agriscience*, 1(1): 260-271.