

PENGEMBANGAN PRODUK SUSU SAPI PASTEURISASI DENGAN MEMPERTIMBANGKAN KOMBINASI ATRIBUT PRODUK

(Studi Kasus di Pusat Inovasi Agroteknologi Universitas Gadjah Mada)

Rima Nur Latifah¹, Henry Yuliando², Jumeri²

INTISARI

Susu merupakan salah satu produk minuman yang mempunyai manfaat bagi kesehatan. Konsumsi susu cair di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2014 menunjukkan nilai tertinggi dibandingkan dengan produk turunan susu lainnya yaitu 5 gram per orang per hari. Susu cair khususnya susu pasteurisasi mempunyai peluang untuk dikembangkan. Hal tersebut membuat Pusat Inovasi Agroteknologi Universitas Gadjah Mada (PIAT UGM) yang merupakan suatu lembaga penunjang UGM dalam bidang pendidikan, penelitian, dan pengembangan pertanian, makhluk hidup, maupun lingkungan tertarik untuk mengembangkan produk susu segarnya menjadi produk susu pasteurisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan konsep produk susu sapi pasteurisasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan kebutuhan teknis produsen.

Metode yang digunakan untuk pengembangan produk susu sapi pasteurisasi ini adalah *Quality Function Deployment* (QFD) dan *Conjoint Analysis*. Kebutuhan konsumen terhadap produk susu sapi pasteurisasi didapatkan dari survei pendahuluan menggunakan kuesioner. Kebutuhan teknis perusahaan didapatkan dengan wawancara kepada pihak PIAT UGM. Konsep produk susu sapi pasteurisasi didapatkan dengan menggunakan metode *conjoint analysis*. Responden mengurutkan kombinasi atribut produk kemudian dicari nilai kegunaan tiap level sehingga didapatkan kombinasi atribut (*stimuli*) yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep produk yang diinginkan oleh konsumen dapat diketahui melalui kombinasi atribut produk susu sapi pasteurisasi yang terpilih, yaitu asal susu skim, warna tidak mencolok, rasa vanilla, jenis kemasan cup, bahan kemasan plastik dan volume produk 500 ml. Hasil tersebut didapatkan dari 13 atribut kebutuhan konsumen yang dikelompokkan ke dalam dua atribut yaitu atribut *the best to drink* dan *good packaging and labelling* kemudian diterjemahkan ke dalam sembilan kebutuhan teknis perusahaan. Kebutuhan teknis perusahaan diantaranya yaitu, jenis kemasan, takaran bahan tambahan, asal susu sapi, memperhatikan kandungan gizi produk, warna susu, memberikan varian rasa, mencantumkan label pada kemasan, bahan kemasan, dan varian volume produk.

Kata kunci: kebutuhan konsumen, *conjoint analysis*, susu pasteurisasi, *quality function deployment*

¹ Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian

² Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian

PASTEURIZED COW MILK PRODUCT DEVELOPMENT WITH COMBINED PRODUCT ATTRIBUTE CONSIDERATION

(A case study in Agrotechnology Innovation Center Gadjah Mada

University)

Rima Nur Latifah¹, Henry Yuliando², Jumeri²

ABSTRACT

Milk is one of beverages that has many benefits for human being. In Daerah Istimewa Yogyakarta, in 2014, the highest consumption of milk products was the liquid milk which amounted to 5 grams per person per day. Milk, especially pasteurized milk, has a chance to be developed more. This issue made Pusat Inovasi Agroteknologi - Agrotechnology Innovation Center UGM (PIAT UGM) interested to develop the fresh milk products into pasteurized milk products. This research aims to get a concept of pasteurized milk products which fits the consumer and producer needs.

The method that is used in the pasteurized milk product development is the Quality Function Deployment (QFD) and Conjoint Analysis. The consumer demand for pasteurized milk product was obtained by preliminary survey questionnaire. The information about technical requirements of pasteurized milk has been collected through interview with PIAT UGM. The concept of pasteurized milk product was obtained using method of conjoint analysis. In the questionnaire, the respondent should arrange several product attributes which then are assessed to get the attribute combinations (stimuli) which fit the consumer demand.

The product concept that the consumers want can be known through the pasteurized milk product attribute combinations that the consumers have chosen. The research result shows that the consumer would prefer to consume a pasteurized milk product which has certain characteristics, those are skimmed milk, neutral color, vanilla flavored, cup packaging, and product volume of 500 ml. That result was obtained by grouping 13 attributes into two groups, which are *the best to drink* and *good packaging and labelling*. It was then translated into nine technical requirements of a company, which are packaging type, quantity of added ingredients, milk's origin, nutritional content of product, milk color and flavor, labelling, packaging materials, and product volume

Key words: consumer needs, conjoint analysis, pasteurized milk, quality function deployment, technical requirements

¹Student at Department of Agro-industrial Technology, Faculty of Agricultural Technology, UGM

²Lecturer at Department of Agro-industrial Technology, Faculty of Agricultural Technology, UGM