

APAKAH ADA HUBUNGAN ANTARA PENGETAHUAN KONSUMEN MINUMAN FERMENTASI DENGAN PERILAKUNYA

IS THERE A RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER KNOWLEDGE OF FERMENTED DRINKS AND THEIR BEHAVIOR

ELLY RASMIKAYATI¹, SULISTYODEWI NUR WIYONO¹,
BOBBY RACHMAT SAEFUDIN^{2*}

¹Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

²Fakultas Pertanian, Universitas Ma'soem

*E-mail corresponding: bobirachmat@gmail.com

ABSTRAK

Masyarakat telah semakin menyadari akan pentingnya pola hidup sehat dan manfaat kesehatan yang ditawarkan oleh produk-produk alami, termasuk minuman fermentasi. Namun demikian, produk minuman fermentasi masih belum terlalu populer bagi masyarakat. Pengetahuan konsumen mengenai minuman fermentasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian dan perilaku konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pengetahuan konsumen dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi minuman fermentasi. Metode penelitian menggunakan metode survei kepada 58 responden dari hasil sampling acak sederhana. Data dianalisis menggunakan statistika deskriptif dan uji *chi square*. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden memiliki karakteristik berjenis kelamin perempuan yang berusia 19 tahun dengan uang saku sekitar 1 juta hingga 2 juta setiap bulannya dan pengeluaran untuk konsumsi minuman pada rentang 100 ribu hingga 300 ribu rupiah setiap bulannya. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan mengenai kekurangan dari minuman fermentasi dengan frekuensi konsumsi minuman fermentasi dan merk minuman fermentasi.

Kata kunci: Pengetahuan konsumen, perilaku konsumsi, minuman fermentasi

ABSTRACT

Society has become increasingly aware of the importance of a healthy lifestyle and the health benefits offered by natural products, including fermented drinks. However, fermented drink products are still not very popular with the public. Consumer knowledge of fermented drinks is one of the important factors that influence purchasing decisions and consumption behavior. This study aims to identify consumer knowledge and consumer behavior in consuming fermented drinks and to analyze the relationship between consumer knowledge and consumer behavior. The research method used a survey method to 58 respondents from simple random sampling results. Data were analyzed using descriptive statistics and chi square tests. The results showed that the majority of respondents had female characteristics aged 19 years with pocket money of around 1 million to 2 million per month and expenditure for beverage consumption in the range of 100 thousand to 300 thousand rupiah per month. The results of statistical tests showed that there was a significant relationship between knowledge about the disadvantages of fermented drinks with the frequency of consumption of fermented drinks and brands of fermented drinks.

Keywords: *Consumer knowledge, consumption behavior, fermented drinks*

PENDAHULUAN

Kesadaran akan pentingnya pola hidup sehat dan manfaat kesehatan yang ditawarkan oleh produk-produk alami,

termasuk minuman fermentasi telah mengalami peningkatan. Di pasar global, kategori produk fermentasi masih tergolong baru, namun perlahan mulai banyak

peminat bahkan menjadi tren bagi masyarakat. Kesadaran konsumen terhadap kesehatan yang tinggi dapat mendorong industri minuman fermentasi. Masyarakat telah semakin menyadari akan pentingnya pola hidup sehat dan manfaat kesehatan yang ditawarkan oleh produk-produk alami, termasuk minuman fermentasi. Namun demikian, produk minuman fermentasi masih belum terlalu populer bagi masyarakat.

Pengetahuan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian dan perilaku konsumsi, terutama dalam industri makanan dan minuman. Konsumen yang memiliki pemahaman lebih mendalam tentang produk cenderung membuat keputusan yang lebih terinformasi, termasuk dalam memilih produk-produk yang dianggap sehat dan bermanfaat bagi tubuh. pelanggan yang memiliki pengetahuan tinggi mengenai produk biasanya memiliki tingkat analisis, pengenalan, memori, dan kemampuan logika yang lebih baik dibandingkan pelanggan yang memiliki pengetahuan mengenai produk yang rendah. Maka dari itu, pelanggan dengan pengetahuan produk yang tinggi cenderung mengandalkan informasi mengenai produk yang mereka

dapatkan secara efektif (Apple & Manado, 2018).

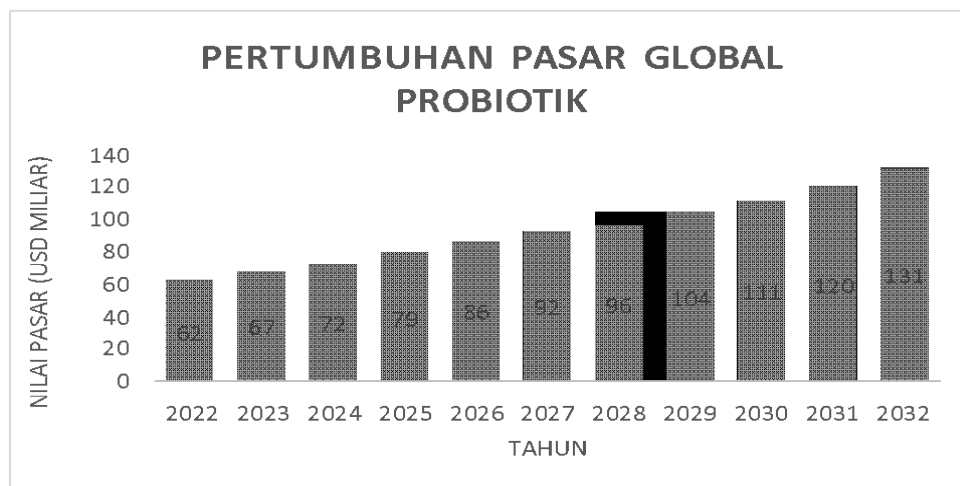
Fermentasi merupakan salah satu teknik lama dalam pengolahan pangan yang bertujuan untuk meningkatkan nilai rasa, gizi, dan umur simpan dari makanan dan minuman. Teknik ini digunakan dari ribuan tahun lalu dan diturunkan dari generasi ke generasi (Nurhadianty et al., 2018). Fermentasi yang dilakukan terhadap produk pangan biasanya diaplikasikan pada produk dairy seperti kefir, yogurt, minuman susu asam, dan lain-lain. Tingginya minat terhadap produk fermentasi dapat menjadi motivasi kuat bagi para industri minuman untuk melakukan pengembangan inovasi terhadap jenis produk fermentasi yang lebih luas. Di pasar global, kategori produk fermentasi masih tergolong baru, namun perlahan mulai banyak peminat bahkan menjadi tren bagi masyarakat yang sedang memiliki kebiasaan hidup sehat (Aritonang et al., 2019).

Gambar 1 menunjukkan prediksi pertumbuhan pasar global minuman probiotik. Nilai pasar produk probiotik secara global mencapai USD 62 miliar pada tahun 2022 dan diperkirakan akan terus meningkat hingga mencapai USD 131 miliar pada tahun 2032, dengan *Compounded Annual Growth Rate (CAGR)*

sebesar 8% yang diekspektasikan dari tahun 2022 sampai 2032.

Tren konsumsi minuman fermentasi di kalangan konsumen modern mengalami peningkatan yang signifikan (Gambar 1). Hal ini didorong oleh kesadaran yang semakin tinggi akan pentingnya pola hidup sehat dan manfaat kesehatan yang ditawarkan oleh produk-produk alami, termasuk minuman fermentasi. Namun, pemahaman yang dimiliki konsumen terkait manfaat, proses fermentasi, serta potensi risiko dari produk tersebut bervariasi. Beberapa konsumen mungkin memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai proses fermentasi dan manfaat kesehatan

yang ditawarkan, sementara yang lain mungkin hanya tertarik pada produk tersebut tanpa pengetahuan yang memadai. Pertumbuhan industri pasar probiotik ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti meningkatnya kesadaran dan minat akan merawat kesehatan, meningkatnya permintaan akan produk dengan bahan dasar alami serta meningkatnya kesadaran akan menjaga sistem kekebalan tubuh yang lebih baik (Aritonang et al., 2019). Data tersebut menunjukkan bahwa kesadaran konsumen terhadap kesehatan yang tinggi dapat mendorong industri minuman fermentasi dapat membuka prospeknya dalam peluang usaha.



Gambar 1. Pertumbuhan Pangsa Pasar Probiotik Tahun 2022 -2032

Sumber: Globe Newswire (2023)

Perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki konsumen. Pengetahuan ini dapat mencakup informasi terkait bahan-bahan

dalam minuman fermentasi, cara konsumsi yang tepat, serta manfaat kesehatan jangka panjang. Konsumen yang memiliki tingkat pengetahuan yang lebih tinggi cenderung

lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Faktor intrinsik dan ekstrinsik seperti aspek sensorik, manfaat kesehatan, serta komposisi mempengaruhi pilihan konsumen terkait produk susu fermentasi. Ini menunjukkan pentingnya pengetahuan konsumen dalam menentukan perilaku konsumsi produk fermentasi (Esmerino et al., 2017).

Penelitian ini dilakukan karena adanya peluang pertumbuhan industri pasar probiotik yang juga didorong oleh kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi minuman fermentasi yang bermanfaat untuk kesehatan. Masyarakat telah semakin menyadari akan pentingnya pola hidup sehat dan manfaat kesehatan yang ditawarkan oleh produk-produk alami, termasuk minuman fermentasi. Namun demikian, produk minuman fermentasi masih belum terlalu populer bagi masyarakat. Pengetahuan konsumen mengenai minuman fermentasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian dan perilaku konsumsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengetahuan konsumen dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi minuman fermentasi serta

menganalisis hubungan antara pengetahuan konsumen dan perilaku konsumen.

METODE PENELITIAN

1. Objek dan Tempat Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengetahuan konsumen terhadap minuman fermentasi dan perilaku konsumen terhadap minuman fermentasi.

perilaku kontrol dan norma sebagai modal sosial yang dimiliki petani padi. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi dan Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung. Kedua lokasi tersebut dipilih karena dengan pertimbangan perbedaaan kabupaten dan merupakan salah satu sentra utama produksi padi pada masing-masing kabupetennya.

2. Jenis Penelitian

Metode penelitian menggunakan metode survei. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, dengan data primer didapat menggunakan alat kuesioner, pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Santoso, 2018). Serta data sekunder didapat dari BPS dan hasil penelitian sebelumnya.

3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini yaitu:

- Karakteristik Konsumen:
 - Jenis kelamin
 - Usia
 - Uang saku per bulan
 - Pengeluaran untuk minuman
- Pengetahuan Konsumen:
 - Pengetahuan jenis minuman
 - Pengetahuan manfaat
 - Pengetahuan kekurangan
 - Pengetahuan manfaat ekonomi
- Perilaku Konsumsi:
 - Frekuensi mengkonsumsi minuman fermentasi
 - Merk minuman fermentasi yang dikonsumsi
 - Jenis minuman fermentasi yang dikonsumsi

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis Universitas Padjadjaran angkatan 2022 dengan jumlah total sebanyak 135 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini adalah 58 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan jenis *simple random sampling*.

5. Alat Analisis Data

Alat analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif berupa tabel distribusi frekuensi dan uji chi-square. Chi-square dalam penelitian ini digunakan

untuk menguji hubungan antara pengetahuan konsumen dengan perilaku konsumsi minuman fermentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, uang saku, dan pengeluaran responden untuk minumann mana hasil analisis tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin:		
- Perempuan	42	72
- Laki-laki	16	28
Jumlah	58	100
Usia:		
- 18 tahun	15	26
- 19 tahun	38	66
- 20 tahun	5	8
Jumlah	58	100
Uang saku:		
- < Rp 1.000.000	11	19
- Rp 1.000.000-2.000.000	26	45
- Rp 2.100.000-5.000.000	21	36
Jumlah	58	100
Pengeluaran untuk konsumsi minuman:		
- < Rp 100.000	16	28
- Rp 100.000-300.000	27	47
- Rp 310.000-500.000	6	10
- > Rp 500.000	9	16
Jumlah	58	100

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 1, jumlah perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki dengan selisih 24 responden atau dua kali lipat lebih banyak dari laki-laki. Hal ini disebabkan oleh dominasi perempuan dalam keseluruhan jumlah mahasiswa Agribisnis angkatan 2023. Perilaku konsumsi perempuan sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, terutama dalam hal pengeluaran non-makanan. Perempuan cenderung lebih sering berbelanja dan lebih sering menggunakan emosinya dalam mengatur keuangan untuk memenuhi kebutuhannya dibandingkan laki-laki (Dilla & Pasulu, 2024).

Berdasarkan tanggapan dari responden, mayoritas responden berusia 19 tahun dengan persentase sebanyak 66%. Mahasiswa dalam rentang usia ini sudah memiliki kesadaran dalam membuat berbagai pilihan, termasuk penampilan, makanan, dan minuman. Kesadaran tersebut bisa membuat konsumsi mahasiswa dalam kelompok usia ini rentan terhadap pola yang kurang sehat, seperti memilih minuman dengan kandungan gula tinggi atau pemanis buatan.

Uang saku merupakan salah satu pendapatan yang diberikan oleh orang tua, wali, atau sumber pendanaan lain kepada mahasiswa dan dipergunakan untuk

memenuhi kebutuhan sehari-hari selama masa studi. Kebutuhan ini dapat meliputi biaya makan, transportasi, bahan belajar, hiburan dan pengeluaran lainnya yang berkaitan dengan proses perkuliahan (Halik et al., 2023). Uang saku pada responden di dominasi dengan uang saku yang memiliki rentang 1 juta hingga 2 juta rupiah.

Uang saku pada responden digunakan untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang disebut sebagai pengeluaran. Pengeluaran responden dalam pemenuhannya kebutuhannya akan konsumsi minuman mayoritas memiliki pengeluaran dengan rentang 100 ribu hingga 300 ribu setiap bulannya. Responden mengeluarkan uang untuk mengonsumsi minuman disesuaikan dengan uang saku yang mereka dapat setiap bulannya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kumalasari & Soesilo (2019) bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi secara positif oleh variabel uang saku dengan dugaan semakin tinggi uang saku yang dimiliki mahasiswa makan semakin tinggi pula konsumsi seseorang manusia terhadap kebutuhannya.

2. Deskripsi Pengetahuan Konsumen

Terdapat beberapa jenis minuman yang dikonsumsi oleh responden, salah satu diantaranya adalah minuman fermentasi.

Minuman fermentasi dikategorikan lagi menjadi minuman fermentasi susu, minuman fermentasi teh, dan minuman fermentasi lainnya. Berikut data yang menggambarkan pengetahuan konsumen

dilihat dari jenis minuman fermentasi, pengetahuan manfaat, pengetahuan kekurangan, dan pengetahuan manfaat ekonominya.

Tabel 2. Pengetahuan Konsumen Terhadap Minuman Fermentasi

Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pengetahuan mengenai jenis minuman fermentasi:		
- Yogurt	56	49
- Kombucha	27	23
- Kefir	5	4
- Tepache	0	0
- Wine Coffe	17	14
- Ginger Ale	10	9
- Minuman Fermentasi lainnya	1	1
Jumlah	115*	100
Pengetahuan manfaat minuman fermentasi:		
- Membantu melancarkan pencernaan	24	41
- Menjaga kesehatan atau kekebalan tubuh	8	14
- Penambah nutrisi bagi tubuh	5	9
- Menjadi bakteri baik atau penghilang racun	6	10
- Manfaat lainnya	11	19
- Tidak mengetahui manfaat fungsional	4	7
Jumlah	58	100
Pengetahuan mengenai kekurangan dari minuman fermentasi:		
- Mengetahui	31	53
- Tidak Mengetahui	27	47
Jumlah	58	100
Pengetahuan manfaat ekonomi dari minuman fermentasi:		
- Menambah tingkat pendapatan	4	7
- Menjadi Inovasi atau nilai tambah bagi bisnis atau usaha	6	10
- Aksesibilitas terhadap bahan dan harga yang mudah dijangkau	5	9
- Manfaat lainnya	2	3
- Tidak mengetahui manfaat	41	71
Jumlah	58	100

Ket: *Tiap responden dapat menjawab lebih dari 1 pilihan

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 2 setiap responden dapat memilih lebih dari satu jawaban sehingga dari 58 responden terdapat 115 jawaban, terlihat bahwa yogurt

adalah minuman fermentasi yang paling dikenal oleh responden. Hampir setengah mahasiswa (49%) mengetahui yogurt, hal ini menunjukkan popularitasnya yang sangat

tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Rosana et al. (2023) menyatakan bahwa sebanyak 84% konsumen yogurt ialah berstatus pelajar atau mahasiswa.

Selain itu, kombucha juga dikenal oleh hampir setengah responden. Dengan 23% responden yang mengetahui minuman ini menunjukkan kombucha memiliki popularitas yang cukup baik, meskipun masih dibawah yogurt dalam hal pengenalan di kalangan mahasiswa. Namun, jenis minuman fermentasi lainnya seperti kefir, tepache, wine coffee, dan ginger ale masih kurang populer meskipun beberapa responden tetap mengenal jenis-jenis minuman fermentasi.

Berdasarkan Tabel 2 sebagian besar mahasiswa mengetahui manfaat fungsional dari minuman fermentasi, terutama dalam membantu melancarkan pencernaan. Hal ini didukung oleh penelitian Jumadi et al. (2024) yang menjelaskan bahwa minuman fermentasi dijadikan sebagai minuman tradisional masyarakat Bali yang dipercaya dapat mengatasi permasalahan kesehatan salah satunya adalah menjaga sistem pencernaan, namun harus sesuai dengan takaran para ahli pengobatan.

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa (53%) mengetahui kekurangan minuman fermentasi, sementara 47 % lainnya tidak

mengetahuinya. Meskipun lebih dari separuh mahasiswa sadar akan potensi kekurangan, masih ada hampir setengah dari responden yang belum mengetahui aspek negatif dari minuman fermentasi. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran yang cukup baik tentang kelemahan minuman fermentasi, masih ada ruang untuk meningkatkan edukasi mengenai potensi risiko dan kekurangan minuman fermentasi di kalangan mahasiswa.

Dibandingkan dengan manfaat secara fungsional, pengetahuan mengenai manfaat ekonomi dari minuman fermentasi dikalangan mahasiswa masih sangat rendah. Hal ini dapat dilihat dari 71% responden mengaku belum memiliki pengetahuan terhadap manfaat yang dimiliki minuman fermentasi secara ekonomi. Rendahnya pengetahuan sesuai dengan hasil survei yang dilakukan Oktavia et al. (2021) menunjukkan bahwa warga desa Majau dan Kadudampit memiliki pengetahuan serta wawasan yang rendah mengenai pemanfaatan salah satu jenis minuman fermentasi yang dapat memberikan manfaat baik bagi kesehatan dan juga ekonomi di era baru setelah pandemi. Meskipun demikian, ada beberapa responden memiliki pengetahuan terhadap manfaat ekonomi yang dimiliki

minuman fermentasi seperti manfaat sebagai nilai tambah atau sebuah inovasi baru (10%), menambah tingkat pendapatan (7%) hingga aksesibilitas harga yang terjangkau untuk membuka peluang usaha.

3. Deskripsi Perilaku Konsumsi

Minuman fermentasi merupakan salah satu minuman yang hanya dikonsumsi

oleh sebagian kalangan dengan tujuan atau alasan tertentu. Berikut penggambaran perilaku konsumen dalam mengonsumsi minuman fermentasi dilihat dari Jenis minuman fermentasi yang biasa dikonsumsi, frekuensi mengonsumsi minuman fermentasi, merk minuman fermentasi yang biasa dikonsumsi.

Tabel 3. Perilaku Konsumen dalam Mengonsumsi Minuman Fermentasi

Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Frekuensi mengonsumsi minuman fermentasi:		
- < 3 gelas/ bulan	42	72
- 3 - 6 gelas / bulan	9	16
- Tidak mengonsumsi	7	12
Jumlah	58	100
Merk minuman fermentasi yang dikonsumsi:		
- Cimory	32	55
- Yakult	11	19
- Merk lainnya	8	14
- Tidak mengonsumsi	7	12
Jumlah	58	100
Jenis minuman fermentasi yang dikonsumsi:		
- Minuman fermentasi susu	46	80
- Minuman fermentasi teh	3	5
- Minuman Fermentasi lainnya	2	3
- Tidak mengonsumsi	7	12
Jumlah	58	100

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 3. Dari 51 responden yang melakukan konsumsi minuman fermentasi terdapat 41 responden (82%) yang memiliki frekuensi tertinggi dalam mengonsumsi minuman fermentasi yaitu < 3 gelas/ bulan, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tergolong jarang atau kadang-kadang dalam mengonsumsi minuman fermentasi. Lain halnya menurut penelitian (Kasmadi et al.,

2011) menunjukkan bahwa frekuensi konsumsi minuman fermentasi banyak dilakukan setiap minggu oleh 47 responden (47%). Penelitian lain juga menyebutkan bahwa mahasiswa di Jabodetabek tidak melakukan konsumsi minuman fermentasi setiap harinya (Pradito et al., 2020).

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa Cimory adalah merk minuman fermentasi yang paling populer di

kalangan mahasiswa, dengan 64% dari mereka memilih merk ini. Dibandingkan merk Yakult yang juga cukup populer, dengan 22% responden memilihnya. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Komalasari (2024) yang menunjukkan bahwa berdasarkan Top Brand Indeks (TBI) kategori susu fermentasi bermerk dalam kemasan, Yakult masih memegang peringkat pertama pada tahun 2022 diikuti oleh Cimory yang berada pada peringkat kedua. Sementara itu, merk-merk lainnya seperti Greenfields, Kin, Greek hanya diminati oleh 14% responden. Ini menunjukkan adanya keragaman preferensi merk yang diketahui oleh mahasiswa, meskipun sebagian besar tetap berfokus pada dua merk utama yaitu Cimory dan Yakult.

Berdasarkan Tabel 3. dari 58 responden, dapat disimpulkan sebagian besar mahasiswa atau 51 responden melakukan konsumsi minuman fermentasi. Jenis minuman fermentasi susu adalah jenis minuman yang paling sering dikonsumsi oleh mahasiswa, dengan persentase mencapai 80%. Jenis ini merupakan salah satu contoh pangan fungsional yang cukup digemari pada kalangan remaja (Gunawan et al., 2021). Contoh minuman fermentasi yang dikonsumsi adalah yogurt dan kefir. Hal ini sejalan dengan penelitian Kasmadi

et al. (2011) yang menyatakan bahwa jenis minuman fermentasi susu merupakan jenis yang paling banyak dikonsumsi dibandingkan jenis minuman fermentasi lainnya dikarenakan sudah dikenal di kalangan masyarakat, promosinya sudah lebih luas, dan harganya relatif lebih murah. Sementara itu, hanya sebagai kecil responden yang mengonsumsi minuman fermentasi teh (kombucha) dan minuman fermentasi lainnya (wine). Sebagian yang cukup signifikan (12%) bahkan memilih untuk tidak mengonsumsi minuman fermentasi sama sekali.

4. Hubungan Pengetahuan Konsumen dengan Perilaku Konsumsi

Hasil chi square untuk melihat apakah terdapat hubungan antara pengetahuan konsumen dengan perilaku konsumsi tersaji pada Tabel 4.

Hipotesis statistik:

H₀: Tidak ada hubungan antara karakteristik dengan pengetahuan konsumen

H₁: Ada hubungan antara karakteristik dengan pengetahuan konsumen

Berdasarkan hasil uji statistik pada Tabel 4, terdapat salah satu variabel tingkat pengetahuan yaitu pengetahuan mengenai kekurangan minuman fermentasi apabila dihubungkan dengan frekuensi konsumsi minuman fermentasi menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-sided) < 0,1, artinya H₀

ditolak dan H1 diterima atau dengan kata lain terdapat hubungan antara pengetahuan kekurangan minuman fermentasi dengan frekuensi konsumsi. Adanya hubungan tersebut menunjukkan banyaknya responden yang tidak mengetahui kekurangan minuman fermentasi akan memutuskan untuk melakukan konsumsi minuman

fermentasi dengan frekuensi yang terbilang jarang. Namun, hal ini tidak sejalan dengan penelitian Kinasih et al. (2022) yang menunjukkan bahwa antara tingkat pengetahuan dengan frekuensi konsumsi responden tidak terdapat hubungan yang signifikan.

Tabel 4. Hubungan Antara Pengetahuan Konsumen dengan Perilaku Konsumsi

<i>Asymp. Sig.</i>	Pengetahuan Jenis Minuman	Pengetahuan Manfaat	Pengetahuan Kekurangan	Manfaat Ekonomi
– Frekuensi mengkonsumsi minuman fermentasi	0,495	0,17	0,095*	0,606
– Merk minuman fermentasi yang dikonsumsi	0,16	0,199	0,045*	0,501
– Jenis minuman fermentasi yang dikonsumsi	0,634	0,649	0,13	0,793

Ket: *) Signifikan dengan taraf nyata 10%; **) Signifikan dengan taraf nyata 5%

Sumber: Analisis Data Primer (2024)

Hubungan antara pengetahuan konsumen dengan merk minuman fermentasi yang dikonsumsi diperoleh hasil uji Chi square yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan konsumen meliputi pengetahuan jenis minuman, pengetahuan manfaat secara fungsional dan ekonomi dari minuman fermentasi jika dihubungkan dengan merk minuman fermentasi yang dikonsumsi diperoleh nilai *Asymp. Sig (2-sided)* > 0,1, artinya tidak ada hubungan antara variabel tersebut dengan merk

minuman fermentasi yang dikonsumsi. Hal ini menunjukkan tingkat pengetahuan mahasiswa mengenai minuman fermentasi tidak mempengaruhi pemilihan merk minuman fermentasi yang dikonsumsi, karena mahasiswa akan cenderung memilih merk yang sudah populer.

Sedangkan variabel lain yaitu pengetahuan kekurangan minuman fermentasi jika dihubungkan dengan merk minuman fermentasi yang dikonsumsi menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2-sided)* <

0,1, artinya terdapat hubungan antara pengetahuan kekurangan minuman fermentasi dengan merk minuman fermentasi yang dikonsumsi. Adanya hubungan antara pengetahuan kekurangan dan merk yang dikonsumsi disebabkan oleh mahasiswa yang cenderung akan mengonsumsi merk yang telah banyak dikenal seperti cimory dan yakult dibandingkan merk lainnya yang belum cukup populer dikalangan mahasiswa.

Kemudian, hubungan pengetahuan konsumen dengan jenis minuman fermentasi yang dikonsumsi diperoleh hasil uji Chi square yang menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-sided) > 0,1, artinya seluruh variabel tingkat pengetahuan responden tidak menunjukkan hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumsi minuman fermentasi berdasarkan jenisnya. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Yusmahrani et al. (2023) dan Triasari (2015) yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara pengetahuan konsumen terhadap jenis makanan yang dipilih atau dikonsumsi.

KESIMPULAN

1. Responden pada penelitian ini memiliki karakteristik sebagian besar berjenis kelamin perempuan berusia 19 tahun dengan uang saku sekitar 1 juta hingga 2

juta setiap bulannya dan pengeluaran untuk konsumsi minuman dengan rentang 100 ribu hingga 300 ribu setiap bulannya.

2. Pengetahuan konsumen dilihat dari jenis minuman fermentasi didominasi oleh yoghurt, mayoritas konsumen mengetahui kekurangan dari minuman fermentasi, sedangkan jika dilihat dari manfaat mayoritas konsumen lebih mengetahui manfaat fungsional dibandingkan manfaat ekonomi.
3. Perilaku konsumsi minuman fermentasi, kebanyakan konsumen mengonsumsi minuman fermentasi kurang dari 3 gelas setiap bulannya, dengan mengonsumsi merk yang sudah terkenal dikalangan masyarakat seperti Cimory. Kebanyakan konsumen biasa mengonsumsi jenis minuman fermentasi berbahan dasar susu.
4. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan kekurangan konsumsi minuman fermentasi dengan frekuensi konsumsi minuman fermentasi. Kemudian terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan kekurangan konsumsi minuman fermentasi dengan merk minuman fermentasi yang dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Apple, P., & Manado, D. I. (2018). Evaluating Brand Image and Consumer Product Knowledge of Apple Smartphone in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 251–260.
- Aritonang, S. N., Roza, E., & Rossi, E. (2019). Probiotik dan Prebiotik: Dari Kedelai untuk Pangan Fungsional. *Indomedia Pustaka*.
- Creswell, J. W. (2012). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*.
- Dilla, D., & Pasulu, I. (2024). Analisis Pola Pengeluaran Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Kristen Indonesia Toraja. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 260–269.
- Esmerino, E. A., Ferraz, J. P., Tavares Filho, E. R., Pinto, L. P. F., Freitas, M. Q., Cruz, A. G., & Bolini, H. M. A. (2017). Consumers' perceptions toward 3 different fermented dairy products: Insights from focus groups, word association, and projective mapping. *Journal of Dairy Science*, 100(11), 8849–8860.
- Gunawan, D. C. D., Dewi, D. P., & Astriana, K. (2021). Fortifikasi Fe Minuman Susu Fermentasi Kulit Buah Naga Merah (*Hylocereus polyrhizus*) Meningkatkan Kadar Hemoglobin dan Status Gizi Remaja Putri Anemia. *Journal of Nutrition College*, 10(2), 156–163.
- Jumadi, O., Kurnia, N., Azis, A. A., & Karim, H. (2024). Respon Guru dan Siswa SMK YPPP Wonomulyo terhadap Pelatihan Pembuatan Minuman Fermentasi Tepache. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 64–71.
- Kasmadi, K., Mirdhayati, I., & Rahmadani, E. (2011). Preferensi Konsumen terhadap Minuman Susu Fermentasi di Tiga Mall Kota Pekanbaru. *Jurnal Peternakan*, 8(1).
- Kinasih, P., Isnaeni, F. N., & Gz, S. (2022). Hubungan Pengetahuan Gizi Dengan Frekuensi Konsumsi Fast Food Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Gizi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Komalasari, A. C. (2024). *Pengaruh Product Quality, Brand Trust, dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Yakult di Kabupaten Kebumen (Studi pada Konsumen Yakult Lady)*. Universitas Putra Bangsa.
- Morse, J. M. (2016). *Mixed method design: Principles and procedures*. Routledge.
- Nurhadianty, V., Cahyani, C., Nirwana, W. O. C., & Dewi, L. K. (2018). *Pengantar Teknologi Fermentasi Skala Industri*. Universitas Brawijaya Press.
- Oktavia, S., Novi, C., Handayani, E. E., Abdilah, N. A., Setiawan, U., & Rezaldi, F. (2021). Pelatihan Pembuatan Immunomodulatory Drink Kombucha untuk Meningkatkan Perekonomian Masa New Normal pada Masyarakat Desa Majau dan Kadudampit Kecamatan Saketi Kabupaten Pandeglang, Banten. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(3), 716–724.

- Pradito, I. Y., Wardana, A. A., Waspodo, P., & Suro, I. S. (2020). Determinants of knowledge and perception of probiotic by Jabodetabek college students. *Food Res*, 4(5), 1815–1819.
- Rahmawati, M., & Firnando, G. L. (2020). RANCANG BANGUN APLIKASI PENCARIAN RUTE KOS-KOSAN SEKITAR UIN SUSKA RIAU BERBASIS ANDROID. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informas*, 6.
- Rasmikayati, E. (2017). *Statistika Non Parametrik untuk Bidang Agribisnis, Ekonomi, dan Sosial (1st ed.)*. Unpad Press.
- Rasmikayati, E. (2017). *Statistika Non Parametrik untuk Bidang Agribisnis, Ekonomi, dan Sosial (1st ed.)*. Unpad Press.
- Rasmikayati, E. (2017). *Statistika Non Parametrik untuk Bidang Agribisnis, Ekonomi, dan Sosial (1st ed.)*. Unpad Press.
- Rasmikayati, E., Deaniera, A. N., Supyandi, D., Sukayat, Y., & Saefudin, B. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen: Pola Pembelian Kopi Serta Preferensi, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Consumer Behavior: Purchase Pattern Of Coffee, Preferences, Satisfaction And Loyalty Of Coffee Shop Consumer. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Juli, 6(2), 969-984.
- Rasmikayati, E., Deaniera, A. N., Supyandi, D., Sukayat, Y., & Saefudin, B. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen: Pola Pembelian Kopi Serta Preferensi, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kedai Kopi Consumer Behavior: Purchase Pattern Of Coffee, Preferences, Satisfaction And Loyalty Of Coffee Shop Consumer. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Juli, 6(2), 969-984.
- Rasmikayati, E., Djuwendah, E., & Saefudin, B. R. (2024). PERILAKU KONSUMSI MINUMAN PROBIOTIK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DAN FAKTOR-FAKTOR YANG BERKORELASI DENGANNYA. *Jurnal Pertanian Agros*, 26(1), 4427-4438.
- Rasmikayati, E., Djuwendah, E., & Saefudin, B. R. (2024). PERILAKU KONSUMSI MINUMAN PROBIOTIK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DAN FAKTOR-FAKTOR YANG BERKORELASI DENGANNYA. *Jurnal Pertanian Agros*, 26(1), 4427-4438.
- Rasmikayati, E., Pardian, P., Hapsari, H., Ikhsan, R. M., & Saefudin, B. R. (2017). Kajian sikap dan perilaku konsumen dalam pembelian kopi serta pendapatnya terhadap varian produk dan potensi kedainya. *Mimbar Agribisnis*, 3(2), 117-133.
- Rasmikayati, E., Pardian, P., Hapsari, H., Ikhsan, R. M., & Saefudin, B. R. (2017). Kajian sikap dan perilaku konsumen dalam pembelian kopi serta pendapatnya terhadap varian produk dan potensi kedainya. *Mimbar Agribisnis*, 3(2), 117-133.
- Rosana, M., Winarto, A., & Pisestyani, H. (2023). Pengetahuan dan Preferensi Konsumen Yogurt di Kota Jambi. *Journal of Livestock and Animal Health*, 6(1), 7–14.
- Saefudin, B. R., & Rasmikayati, E. (2024).

- Praktek Pengolahan Kopi Eksperimental Dan Penyediaan Akses Hilirisasi Pada Petani Kopi Di Kaki Gunung Manglayang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(3), 3196-3209.
- Saefudin, B. R., Deanier, A. N., & Rasmikayati, E. (2020). Kajian perbandingan preferensi konsumen pada dua kedai kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor. *AGROVITAL: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39-46.
- Sari, A., & Budiono, I. (2021). Faktor yang berhubungan dengan perilaku pencegahan Covid-19. *Indonesian Journal of Public Health and Nutrition*, 1(1), 50–61.
- Triasari, R. (2015). *Hubungan pengetahuan dan sikap mengenai jajanan aman dengan perilaku memilih jajanan pada siswa kelas V SD Negeri Cipayung 2 kota Depok*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, 2015.
- Wibowo, A. (2017). Uji Chi-Square pada statistika dan SPSS. *Jurnal Ilmiah SINUS*, 4(2).
- Wira, D. Y. (2023). 8 Contoh Penyakit yang Kerap Jadi Teman Mahasiswa. *KLINIK RAHMATAN LIL ALAMIN*. <https://klinikrla.id/8-contoh-penyakit-mahasiswa/>
- Yusmaharani, Y., Ratih, R. H., & Nurmaliza, N. (2023). HUBUNGAN PENGETAHUAN DAN JENIS MAKANAN YANG DI KONSUMSI UNTUK MENCEGAH ANEMIA PADA REMAJA DI PEKANBARU. *JOMIS (Journal of Midwifery Science)*, 7(1), 1–8.