



Preferensi dan Pemahaman Konsumen serta Pedagang Ternak pada Berbagai Rumpun Domba Jelang Hari Raya Kurban 2024

Preferential Analysis of Sheep Breeds Among Consumers and Cattle Traders Prior to the 2024 Kurban Festival

Ken Ratu Gharizah Alhuur^{1*} dan Denie Heriyadi²

* Korespondensi Penulis:

Ken Ratu Gharizah Alhuur

E-mail:

Ken@unpad.ac.id

^{1,2}Departemen Produksi Ternak,
Fakultas Peternakan, Universitas
Padjadjaran, Sumedang

Abstract

Eid al-Adha celebrations significantly boost sheep sales in Indonesia, which are driven by high demand from Muslim consumers. Direct transactions occur between buyers and sellers at farms or roadside stalls. Consumer preferences are influenced by factors like breed, price, and physical appearance. In ideal conditions, the trader and consumer should have knowledge of identifying sheep breeds and their quality to determine fair prices. Interviews and socialization programs were conducted among 10 traders and 12 consumers in Soekarno Hatta - Buah Batu street, Bandung. Results show that most consumers cannot distinguish between Garut, Priangan, and Local sheep breeds. While traders recognize differences between Garut and Local breeds, they struggle to identify distinctions between Garut and Priangan breeds. Regular socialization programs are necessary to enhance trader and consumer understanding

Keyword: *sheep breed identification, consumer preferences for kurban sheep, trader knowledge of kurban sheep*

Submitted Nov 5, 2024.

Revised Nov 29, 2024.

Accepted Des 30, 2024.

Abstrak

Momen hari raya Iedul Adha secara signifikan meningkatkan angka penjualan domba di Indonesia. Hal tersebut terjadi disebabkan oleh mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam. Pembeli umumnya melakukan transaksi langsung ke tempat penjualan hewan *kurban*, baik yang terdapat di areal peternakan maupun yang tersebar di pinggir jalan. Tingkat preferensi konsumen terhadap domba yang dibeli dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti rumpun, harga, dan juga penampilan fisik. Pedagang dan konsumen idealnya memiliki pengetahuan untuk mengidentifikasi domba yang dijual agar dapat menetapkan dan mendapatkan harga yang sesuai dengan spesifikasi dan kualitas domba yang dimiliki. Wawancara dan sosialisasi dilakukan secara sampling pada 10 pedagang yang menggelar *lapak* hewan *kurban* dan 12 orang konsumen di sepanjang jalan Soekarno Hatta dan Buah Batu, Bandung. Hampir semua konsumen atau calon konsumen tidak dapat membedakan perbedaan antara Domba Garut, Domba Priangan, dan Domba Lokal. Beberapa pedagang domba mengetahui perbedaan antara Domba Garut dengan Domba Lokal, namun tidak mengetahui secara pasti perbedaan antara Domba Garut dengan Domba Priangan. Sehingga perlu dilakukan sosialisasi secara rutin dan berkesinambungan untuk mengetahui perbedaan antara Domba Garut, Domba Priangan, dan Domba Lokan bagi para pedagang domba dan konsumen.

Kata Kunci: *rumpun domba, preferensi konsumen, , pengetahuan pedagang, domba kurban*

Pendahuluan

Ibadah kurban merupakan ritual penyembelihan ternak tertentu yang dilakukan setiap tahun oleh umat Islam pada tanggal sepuluh dzulhijjah hingga hari tasyrik. Menyembelih hewan kurban merupakan ibadah yang sangat mulia, ibadah ini sudah menjadi syariat bagi setiap umat terdahulu. Umat Islam sangat dianjurkan untuk melaksanakan ibadah kurban. Secara formalistik, ibadah kurban pertama kali dilakukan oleh nabi Ibrahim as, bahkan ibadah kurban pernah dilakukan di masa Adam as. Di antara ayat al - Qur'an yang berbicara tentang kurban adalah surat al-Hajj [22]: 36. Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa ibadah kurban merupakan syiar Allah subhanahu wata'ala, umat Islam dianjurkan untuk melaksanakannya sebagai wujud kesyukuran kepada-Nya (Kusnadi, 2021). Selanjutnya dikatakan pula bahwa ibadah yang dilakukan secara kontinu oleh masyarakat muslim adalah ibadah kurban, pelaksanaannya hampir sama dengan ibadah haji. Momentum kurban, setiap muslim yang memiliki kemampuan finansial hampir melaksanakan penyembelihan hewan kurban, baik secara personal atau secara kelompok, diadakan oleh masyarakat umum, lembaga swasta, atau pemerintah. Oleh karena itu, umat Islam sepakat bahwa kurban merupakan ibadah yang mulia dan telah dilakukan pula oleh umat terdahulu.

Menurut Komariah, *et al.*, (2015) menjelang hari raya Idul Adha, permintaan ternak k kurban di berbagai daerah meningkat pesat jika dibandingkan bulan-bulan lain. Meningkatnya pemahaman umat Islam terhadap kurban dan aqiqah menyebabkan permintaan domba dan atau kambing juga meningkat. Permintaan hewan kurban di Jawa Barat mengalami peningkatan berkisar antara 5% sampai 10%. Jumlah permintaan domba kurban sebanyak 250.000 ekor. Setiap tahunnya, umat muslim di dunia melaksanakan Ibadah Kurban, tidak terkecuali di Indonesia. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan jumlah

hewan kurban di Indonesia pada Tahun 2020 adalah sekitar 1.802.651 ekor dengan rincian hewan sapi, kerbau, kambing dan domba. Statistik hewan Kurban dari tahun ke tahun mengalami kenaikan (Sari & Adi, 2021).

Domba lokal adalah domba hasil persilangan atau introduksi dari luar negeri yang telah dikembangkan di Indonesia sampai generasi kelima atau lebih yang telah beradaptasi pada lingkungan dan/atau manajemen setempat (Heriyadi, 2011). Rumpun ternak yang selanjutnya disebut

rumpun adalah segolongan ternak dari suatu spesies yang mempunyai ciri-ciri fenotipe yang khas dan dapat diwariskan pada keturunannya. Galur ternak yang selanjutnya disebut galur adalah sekelompok individu ternak dalam satu rumpun yang mempunyai karakteristik tertentu yang dimanfaatkan untuk tujuan pemuliaan atau perkembangbiakan (Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2015). Menurut Alhuur (2023), terdapat beberapa rumpun domba yang dibudidayakan di Wilayah Bandung. Meskipun keragaman rumpun-rumpun tersebut tidak terlalu tinggi, namun dapat menyebabkan perbedaan harga jual domba antara rumpun yang satu dengan yang lainnya. Selanjutnya dikatakan bahwa setiap rumpun domba memiliki produktivitas serta kualitas hasil produk akhir yang berbeda.

Domba Garut sebagai salah satu aset sumber daya genetik ternak asli yang sangat penting di Provinsi Jawa Barat perlu dilestarikan, dibudidayakan, dan dimanfaatkan untuk mendapatkan manfaat ekonomi yang optimum terutama bagi masyarakat peternak Domba Garut (Heriyadi, 2011 dalam Subhan, *et al.*, 2019). Domba Garut memiliki ciri yang sangat spesifik, yaitu bertelinga rumpung dengan ukuran di bawah 4 cm atau ngadaun hiris dengan ukuran 4-8 cm berkombinasi dengan ekor ngabuntut beurit atau ngabuntut bagong (Heriyadi. *et al.*, 2001; Badan Standardisasi Nasional. SNI: 7532:2009, ICS: 65.020.30), hampir mirip dengan Domba Garut, Domba Priangan memiliki ciri khas memiliki kombinasi antara kuping rubak dengan ekor ngabuntut beurit atau ngabuntut bagong sedangkan Domba Lokal memiliki ciri kombinasi antara kuping rubak dengan ekor tipis (Heriyadi, 2011).

Materi dan Metode Pelaksanaan

Kegiatan Sosialisasi Identitas Berbagai Rumpun Domba pada Konsumen dan Pedagang Ternak pada Hari Raya Kurban 2024, dilaksanakan pada Tanggal 9 – 12 Juni 2024 pada konsumen dan pedagang domba untuk keperluan Kurban 2024 yang berlokasi di sekitar Jln. Buah Batu–Bypass, Kota Bandung. Sosialisasi dilakukan dengan mendatangi beberapa lapak pedagang ternak kurban di wilayah Buah Batu dan By Pass Soekarno Hatta Bandung, lapak di wilayah tersebut yang diambil sebagai sampel sebanyak sembilan lapak. Setelah diamati, hampir semua lapak yang dijadikan sampel penelitian menjual domba yang terdiri atas tiga

rumpun domba, yaitu rumpun Domba Garut, Domba Priangan, dan Domba Lokal, dua lapak selain menyediakan rumpun-rumpun domba tersebut, menjual pula beberapa ekor kambing Peranakan Etawah dan Kambing Jawarandu.



Gambar 1. Kuping Rumpung (Koleksi Pribadi)



Gambar 2. Kuping Ngadaun Hiris (Koleksi Pribadi)



Gambar 3. Ekor Ngabuntut Bagong (Koleksi Pribadi)



Gambar 4. Ekor Ngabuntut Beurit (Koleksi pribadi)



Gambar 5. Kuping Rubak dan Rumpung (Koleksi Pribadi)



Gambar 6. Kuping Rubak (Koleksi Pribadi)

Kepada para pedagang domba kurban dilakukan diskusi dan wawancara terkait rumpun-rumpun domba yang dijual, termasuk menanyakan dan meminta untuk menunjukkan ciri-ciri khas dari masing-masing rumpun, khususnya dari kekhasan penciri masing-masing rumpun tersebut, sehingga dapat terungkap pemahaman para pedagang ternak kurban terkait dengan rumpun domba yang dijualnya.

Hal yang sama dilakukan wawancara ringan dengan beberapa pembeli/konsumen yang mendatangi lapak-lapak penjual domba yang ada. Wawancara dititikberatkan pada preferensi konsumen terhadap berbagai hal dalam memutuskan untuk membeli domba kurban, pertanyaan-pertanyaan tersebut, antara lain menyangkut

pertimbangan memilih domba untuk ternak kurban, seperti harga domba, *budget* yang disiapkan untuk kurban, domba yang paling disukai oleh konsumen khususnya dari sisi warna bulu dan bentuk tanduk.

Jumlah pedagang ternak kurban yang diwawancarai sebanyak 10 orang, dan jumlah konsumen yang menjadi responden sebanyak 12 orang, terdiri atas pria dan wanita, namun perbedaan gender, pengalaman beternak atau menjual domba, serta pendidikan pedagang dan konsumen tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pengabdian Kepada Masyarakat umum maupun pedagang domba ini dilakukan menggunakan metode observasi dan wawancara, selanjutnya data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif analitik, yaitu melakukan penelitian langsung yang terencana ke lapak-lapak penjual domba di sekitar Buah Batu-By Pass Bandung, observasi dilakukan pada para pedagang ternak kurban dan konsumen pembeli ternak kurban, setelah data pedagang dan konsumen pembeli ternak kurban diperoleh, maka dilakukan analisis sederhana untuk mengungkapkan pemahaman pedagang ternak kurban terhadap beberapa rumpun domba yang dijualnya, serta menganalisis preferensi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli ternak kurban.

Pengambilan keputusan konsumen adalah aspek penting bagi pemasar, karena untuk menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian atas keputusan yang konsumen tetapkan. Keputusan konsumen terkait erat dengan informasi yang dimiliki konsumen dan berbagai faktor yang dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang produk yang akan dibelinya (Sumarwan 2011). Proses pengambilan keputusan konsumen dan pengaruh situasi konsumen, akan memberikan hasil akhir yang berbeda untuk masing-masing konsumen. Selanjutnya dikatakan bahwa persepsi pelanggan atas performa jasa dan produk yang dikonsumsi memegang peranan sangat penting atas keberhasilan perusahaan. Karena begitu pentingnya peran pelanggan terlebih didukung iklim usaha yang saat ini sangat kompetitif, maka posisi pelanggan semakin terasa sebagai raja.

Persepsi masyarakat merujuk pada cara individu-individu dalam masyarakat melihat, memahami, dan menafsirkan informasi atau stimulus yang diterima melalui indra mereka. Persepsi masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, norma, nilai, pengalaman, dan latar

belakang sosial ekonomi (Shambodo,2020). Oleh karena itu, persepsi masyarakat bias berbeda-beda bergantung atas kelompok atau komunitas sosial tertentu. Informasi terkait persepsi masyarakat sering diukur dengan menggunakan kuesioner atau wawancara, responden diminta untuk memberikan tanggapan atau opini mengenai topik tertentu yang dibahas.

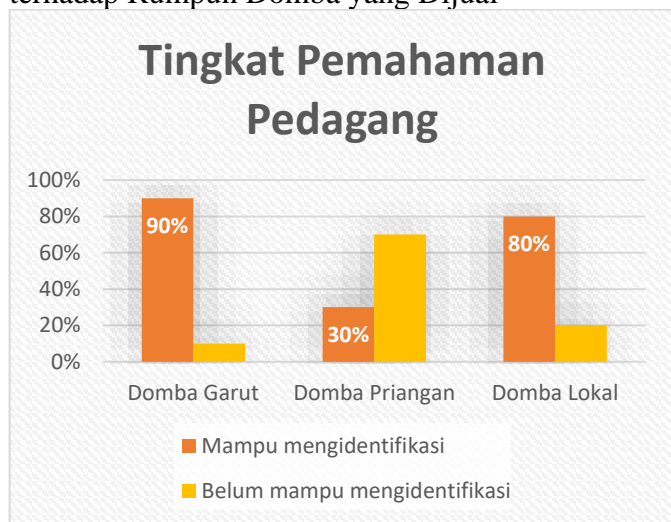
Parameter yang diukur meliputi:

1. Pemahaman pedagang terhadap rumpun domba yang dijual
2. Preferensi konsumen dalam memilih domba
3. Pertimbangan - pertimbangan konsumen berdasarkan harga
4. Pertimbangan - pertimbangan konsumen berdasarkan sifat - sifat kualitatif domba

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang ternak kurban, identifikasi rumpun-rumpun domba yang dijual dan preferensi konsumen dalam memilih domba untuk kurban, disajikan pada Grafik 1, 2, dan 3.

Grafik 1. Pemahaman Pedagang Domba *Kurban* terhadap Rumpun Domba yang Dijual



Berdasarkan Grafik 1, terungkap bahwa tidak semua pedagang ternak kurban dapat membedakan ketiga macam rumpun domba yang mereka jual, namun sebanyak 9 orang pedagang (90 persen) mengetahui ciri khas Domba Garut dan 8 orang pedagang (80 persen) mengetahui ciri Domba Lokal, dan hanya 3 orang pedagang (30 persen) yang mengetahui ciri khas Domba Priangan.

Berdasarkan data tersebut terungkap pula

bahwa hanya 3 orang (30 persen) pedagang yang mengetahui secara persis perbedaan ke tiga rumpun domba yang dijualnya, mereka mampu membedakan rumpun Domba Garut, Domba Priangan, dan Domba Lokal dengan baik, artinya mereka mengetahui ciri khas ke tiga rumpun yang mereka jajakan untuk dijual, sedangkan 7 orang (70 persen) pedagang tidak mengetahui secara persis ciri khas rumpun domba yang dijualnya. Selain ciri khasnya, ke tiga rumpun tersebut (Domba Garut, Domba Priangan, dan Domba Lokal), memiliki perbedaan dalam waktu atau lama makan dan proses ruminasi (Subhan, *et al.*, 2019).

Wawancara yang dilakukan secara lebih mendalam mengungkapkan bahwa para pedagang menganggap domba Garut sama persis dengan Domba Priangan atau menganggap keduanya tidak berbeda, dan pada saat mereka diperlihatkan bentuk-bentuk kuping domba yang dijualnya, mereka baru menyadari ada perbedaan bentuk dan ukuran kuping domba miliknya, beberapa Domba Priangan terlihat dalam deretan Domba Garut di dalam lapak miliknya.

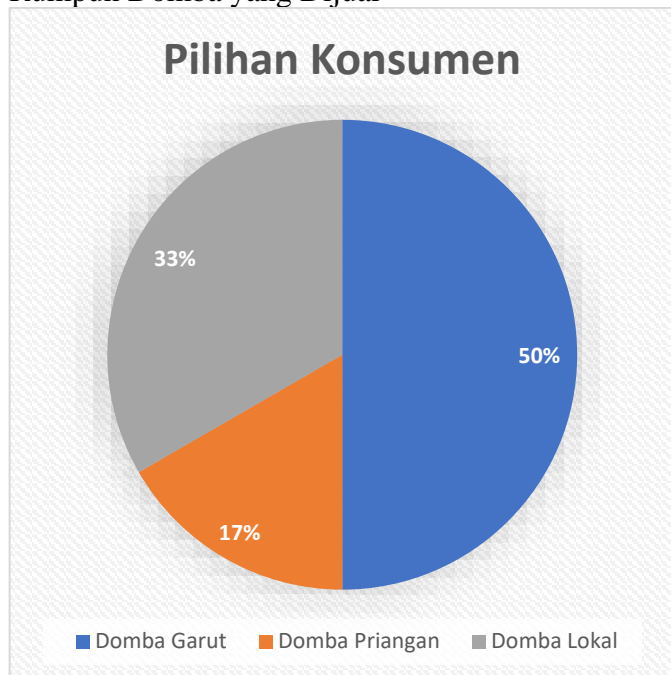


Gambar 7. Kuping Domba Garut dan Domba Priangan dalam Satu Deret *Lapak*, Lokasi Daerah Buah Batu (2024)



Gambar 8, 9, 10, 11. *Lapak* pedagang Domba *Kurban* sekitar jalan Soekarno Hatta dan Buah batu Bandung

Grafik 2. Pilihan Konsumen Saat Iedul *Kurban* pada Rumpun Domba yang Dijual



Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara singkat dengan 12 orang konsumen yang akan membeli domba untuk keperluan *kurban*, terungkap bahwa sebagian besar atau enam orang konsumen atau sebanyak 50 persen memilih Domba Garut, saat ditanya lebih jauh kenapa memilih Domba Garut, mereka kebanyakan tertarik dengan tampilannya yang tampak gagah, tampak sehat, dan bersih apalagi dengan bentuk tanduk yang besar, beberapa orang tertarik dengan bentuk tanduk golong tambang dan gayor. Hal ini sejalan dengan pendapat Komariah *et al.*, (2015) yang menyatakan bahwa konsumen hewan kurban cenderung memilih ternak yang sehat dengan harga terjangkau serta memenuhi kriteria ternak *kurban*. Ternak *kurban* sebaiknya hewan yang paling baik, gemuk, sehat, tidak cacat seperti buta dan pincang, serta memenuhi syarat umur yaitu satu tahun untuk kambing dan domba. Selain atas dasar bentuk tanduk mereka tertarik dengan postur tubuhnya yang relatif lebih besar dibanding dengan rumpun Domba Lokal, sedangkan Domba Priangan belum mereka ketahui secara pasti, namun setelah diberitahu ciri-cirinya dan diperlihatkan contohnya, beberapa orang menjadi tertarik pada Domba Priangan.

Konsumen yang memilih Domba Lokal untuk ternak *kurbannya*, tertarik karena harganya lebih murah dibandingkan Domba Garut dan Domba Priangan. Harga Domba Lokal yang lebih murah karena postur tubuhnya yang lebih kecil dibandingkan rumpun domba yang lain. Hal ini

sejalan dengan hasil penelitian Komariah (2021) yang menyatakan bahwa masyarakat menyukai domba ekor tipis, karena Domba Ekor Tipis memiliki postur tubuh yang kokoh dan memiliki tanduk yang gagah, serta harganya lebih murah dibandingkan Domba Garut.

Grafik 3. Preferensi Konsumen terhadap Rumpun Domba yang Dipilih untuk *Kurban*



Masyarakat perumahan di lokasi penelitian menyukai domba ekor tipis. Hal ini dikarenakan domba ekor tipis memiliki postur tubuh yang kokoh dan memiliki tanduk yang gagah. Selain itu domba ekor tipis harganya lebih murah dibandingkan Domba Garut. Masyarakat perumahan di lokasi penelitian memilih domba yang memiliki tanduk. Hal ini dibuktikan dengan persentase Domba Ekor Tipis dan Domba Garut yang mendominasi penjualan (Komariah *et al.*, 2021).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dengan para peserta konsumen dan pedagang domba kurban, dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Hampir semua konsumen atau calon konsumen tidak dapat membedakan perbedaan antara Domba Garut, Domba Priangan, dan Domba Lokal
- 2) Beberapa pedagang domba mengetahui perbedaan antara Domba Garut dengan Domba Lokal, namun tidak mengetahui secara pasti perbedaan antara Domba Garut dengan Domba Priangan

- 3) Setelah disampaikan penjelasan mengenai karakteristik dan keunggulan dari masing-masing rumpun domba, baik penjual dan pembeli dapat mengetahui perbedaan dari masing-masing rumpun domba dan mendapatkan harga yang sesuai.

Saran

Perlu dilakukan sosialisasi secara rutin dan berkesinambungan untuk mengetahui perbedaan antara Domba Garut, Domba Priangan, dan Domba Lokan bagi para pedagang domba dan konsumen.

Daftar Pustaka

- Alhuur, KRG, Ardhiwirayuda, H., Nurmeidiansyah, A., dan Heriyadi D., (2023). The distribution of local ewes' breeds, coat color patterns, and horns type in Bandung Regency. *AGRIVET J. Ilmu Pertanian dan Peternakan*. 11(2): 2541-6154.
<https://doi.org/10.31949/AgriVet/V11i2.8207>.
- Badan Standardisasi Nasional. (2009). SNI:7532: 2009. ICS: 65.020.30. Mutu Bibit Domba Garut. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Heriyadi, D. (2011). *Pernak Pernik dan Senarai Domba Garut*. Unpad Press. Bandung,
- Heriyadi, D., Sarwesti, A., dan Nurachma, S. (2012). Sifat-sifat Kuantitatif Sumber Daya Genetik Domba Garut Jantan Tipe Tangkas di Jawa Barat. Fakultas Peternakan Unpad. *Bionatura-Jurnal Ilmu-ilmu Hayati dan Fisik* 14,. 2, Juli 2012:
- Komariah, D.J. Setyono, dan Aslimah. (2015). Karakteristik Kuantitatif Kambing dan Domba Sebagai Hewan Kurban di Mitra Tani Farm. *Buletin Peternakan*, 39 (2): 84-91.
- Komariah, S. Rahayu, V. A. Mendrofa, dan S. Priyanto. (2021). Identify Characteristics of Kurban Animals at Residential Area Mosque of Bogor City. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*. 10(1): 21-27. DOI: <https://doi.org/10.29244/jipthp>.
- Kusnadi. (2021). Tafsir Tematik Tentang Ibadah Kurban (Studi Surat al-Hajj: 36). *Jurnal Ulumul Syar'i*, 10(2): 2622-4674.
- Nuphanudin, Y.M. Roza, Nani, D.I. Dharmawan, dan S. Zainurossalamia, Z.A. (2023). Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Produk Makanan Khas Ramadhan Di Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(1).
- Ditjen Peternakan. (2025). *Petunjuk Teknis Tatacara Penetapan dan Pengelolaan Wilayah Sumber Bibit*. Kementan. Jakarta.
- Sari, R.P dan A.C. Adi. (2021). Sistem Penentuan Kualitas Hewan Kurban di Indonesia dengan Metode SAW. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 7(2): 44-05. <https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.v7i2.2021.44-51>.
- Shambodo, Y. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Khalayak Mahasiswa Pendatang UGM terhadap Siaran Pawartos Ngayogyakarta Jogja TV. *Jurnal AlAzhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2):98-110.
- Subhan, A., K. A. Kamil, dan D. Heriyadi. (2019). Pengaruh Rumpun Domba Terhadap Lama Waktu Makan dan Lama Ruminasi. *Jurnal Ilmu Ternak*, 19(1):62-68. DOI: 10.24198/jit.v19i1.21470.
- Wardhani, W., Suwarman, U., dan L.N. Yulianti. (2015). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6(1):45-63.