

MAKALAH

PREFERENSI KONSUMEN DAN DAYA SAING PRODUK PETERNAKAN DI SUMATERA BARAT

**OLEH :
Dr. NOVA SILLIA, SPt, MM**



**POLITEKNIK PERTANIAN NEGERI PAYAKUMBUH
2024**

DAFTAR ISI

1. Pendahuluan	1
2. Tujuan	2
3. Pembahasan	3
4. Kesimpulan	21
5. Daftar Pustaka	22

I. PENDAHULUAN

Sektor pertanian memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, hal ini terlihat dari PDB sektor pertanian yang mengalami peningkatan dari tahun 2005-2009 dengan rata-rata peningkatan sebesar 3,57% per tahun (Kementerian Pertanian, 2011). Sektor pertanian meliputi subsektor tanaman pangan dan hortikultura, tanaman perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan.

Peternakan merupakan salah satu subsektor yang memiliki peluang sangat besar untuk dikembangkan sebagai usaha di masa depan. Peternakan sebagai penyedia protein, energi, vitamin, dan mineral semakin dibutuhkan oleh masyarakat.

Saat ini, Indonesia memiliki keunggulan demografi yang ditunjukkan oleh peningkatan penduduk usia produktif sehingga menjadi harapan baru bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia yang jauh lebih besar lagi ke depannya. Peningkatan jumlah populasi penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan gizi guna meningkatkan kualitas hidup, akan meningkatkan jumlah permintaan terhadap pangan asal ternak sebagai salah satu sumber protein hewani.

Hal ini juga didukung dengan perubahan arah kebijakan pemerintah (dalam hal ini Kementerian Pertanian) yang semula didasari oleh target pencapaian swasembada daging sapi/kerbau dan peningkatan penyediaan pangan hewani yang ASUH (2010-2014) menjadi pemenuhan pangan asal ternak dan agribisnis peternakan rakyat (2015-2019). Konsekuensi dari perubahan kebijakan ini adalah adanya peralihan fokus penanganan dari komoditas sapi dan kerbau menjadi lebih

luas dan lebih menyeluruh yang meliputi kesejahteraan peternak, komoditas sapi/kerbau, komoditas ternak lainnya, dan peningkatan daya saing peternakan. Kegiatan utama yang menunjang kebijakan baru tersebut adalah peningkatan produksi ternak, peningkatan produksi pembibitan ternak, penjaminan pangan asal ternak, peningkatan penanganan kesehatan hewan, dan peningkatan produksi pakan ternak (Sidik ,Y.P. 2015).

Di sisi lain, besarnya peluang Indonesia dalam industri peternakan, dihadapkan dengan era perekonomian baru yang disebut sebagai Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Hal ini akan mengakibatkan semakin mudahnya setiap negara di kawasan ASEAN untuk memasarkan produknya di negara lain. Dengan jumlah penduduk yang sangat besar dan dengan perekonomian yang sedang tumbuh membaik setiap tahunnya, Indonesia dipandang sebagai negara yang memiliki peluang pasar yang sangat potensial. Namun, sistem perekonomian baru ini tetap menjadi ancaman bagi pelaku usaha peternakan di Indonesia. Kebebasan yang dimiliki oleh semua negara ASEAN untuk memasarkan produknya akan memicu timbulnya persaingan bisnis bagi pelaku usaha perternakan.

Meningkatnya persaingan, menuntut pelaku usaha meningkatkan produktifitasnya dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Dengan menghasilkan produk yang berkualitas diharapkan dapat mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan orientasi utama agar mampu memenangkan persaingan dan merebut pasar.

II. TUJUAN

Tujuan penulisan makalah daya saing produk peternakan dan preferensi konsumen ini adalah untuk menjelaskan :

1. Bagaimana preferensi konsumen terhadap produk peternakan di Sumatera Barat.
2. Bagaimana daya saing produk peternakan di Sumatera Barat.
3. Bagaimana hubungan antara daya saing produk dengan preferensi konsumen.

III. PEMBAHASAN

A. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Peternakan di Sumatera Barat

Produk merupakan barang atau jasa yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 1996). Meningkatnya permintaan dan kebutuhan manusia mendorong munculnya usaha baik skala besar, menengah dan kecil yang menghasilkan produk. Produk yang dihasilkan pun beragam, ada yang bersifat komplementer dan substitusi. Semakin banyaknya pelaku usaha yang memproduksi produk yang sama mengakibatkan peningkatan persaingan produk di pasar.

Produk peternakan di Sumatera Barat memiliki potensi besar dan beragam, mencakup berbagai komoditas seperti daging sapi, kambing, unggas, telur, dan susu. Peternakan memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, terutama di daerah pedesaan yang memiliki lahan luas serta ekosistem yang mendukung. Sapi dan kerbau menjadi komoditas utama, dengan peternakan sapi potong yang tersebar di dataran tinggi seperti Tanah Datar, Payakumbuh, dan Agam. Daging sapi tidak hanya memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat tetapi juga digunakan dalam berbagai acara adat dan keagamaan, seperti *_Aleks_* atau perayaan Idul Adha. Kerbau, terutama kerbau lumpur, berperan ganda sebagai sumber daging dan tenaga kerja dalam pertanian tradisional.

Selain sapi dan kerbau, peternakan kambing dan domba juga berkembang cukup baik, terutama di wilayah perbukitan. Kambing etawa dan kambing kacang adalah jenis yang umum dibudidayakan, dan daging kambing menjadi bagian penting dalam konsumsi masyarakat pada acara-acara adat. Selain itu, susu kambing mulai diminati karena manfaat kesehatannya. Di sisi lain, unggas seperti ayam ras pedaging dan ayam kampung menjadi sektor peternakan yang dominan di Sumatera Barat. Produksi telur dan daging ayam memenuhi kebutuhan lokal dan dipasarkan ke luar daerah, terutama dari daerah Padang Panjang dan Solok. Itik juga banyak dipelihara di kawasan pesisir dan lahan basah untuk produksi telur asin, yang menjadi produk khas Sumatera Barat.

Meskipun produksi susu di Sumatera Barat belum sebesar di wilayah lain seperti Jawa Barat, sapi perah mulai dibudidayakan di daerah berhawa sejuk seperti

Tanah Datar dan Agam. Susu segar dan produk olahannya seperti yogurt dan keju mulai dipasarkan secara lokal. Selain produk utama, ada juga berbagai olahan peternakan seperti dendeng sapi, rendang, dan telur asin, yang tidak hanya menjadi komoditas bernilai ekonomi tinggi tetapi juga memperkuat sektor pariwisata kuliner daerah.

Namun demikian, peternakan di Sumatera Barat menghadapi beberapa tantangan, termasuk keterbatasan pakan ternak, akses ke teknologi modern, serta distribusi produk. Meski demikian, dengan manajemen peternakan yang baik, diversifikasi produk, dan pengembangan pasar regional maupun nasional, peternakan di Sumatera Barat memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan menjadi tulang punggung perekonomian daerah.

Preferensi konsumen terhadap produk peternakan di Sumatera Barat dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari budaya konsumsi hingga kualitas dan ketersediaan produk di pasar. Secara umum, konsumen di Sumatera Barat cenderung memilih produk peternakan yang segar dan berkualitas tinggi, terutama daging sapi dan kerbau, yang memiliki peranan penting dalam tradisi adat dan kuliner lokal. Hal ini terkait erat dengan budaya Minangkabau yang menjunjung tinggi tradisi *_Aleks_* dan *_Makan Bajamba_*, di mana daging sapi dan kerbau sering kali menjadi hidangan utama (Naim, 1984). Daging sapi, terutama, menjadi pilihan utama masyarakat karena sering digunakan dalam hidangan tradisional seperti rendang, yang sudah dikenal secara nasional dan internasional.

Selain itu, preferensi konsumen juga dipengaruhi oleh faktor keagamaan. Sebagai daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam, preferensi terhadap produk yang halal sangat dominan. Hal ini membuat konsumen lebih memilih produk peternakan yang bersertifikat halal dan diproses sesuai dengan syariat Islam (Effendy, 2015). Misalnya, dalam konsumsi daging, metode penyembelihan yang halal menjadi pertimbangan utama. Selain itu, konsumen juga semakin memperhatikan aspek kesehatan dalam memilih produk peternakan, terutama susu dan telur. Permintaan terhadap produk susu segar dan olahannya, seperti yogurt dan keju, mulai meningkat seiring dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya asupan gizi yang seimbang (Kusnadi, 2009).

Di sisi lain, konsumen juga mulai memperhatikan kualitas dan keamanan pangan. Produk peternakan yang bebas dari bahan kimia berbahaya dan diproses secara higienis semakin diminati. Konsumen di Sumatera Barat kini lebih memilih produk dengan label organik atau produk lokal yang mereka anggap lebih aman dan segar (Suharjo, 2017). Preferensi terhadap produk organik ini sejalan dengan tren global yang mengutamakan keberlanjutan lingkungan dan kesehatan.

Namun demikian, terdapat tantangan dalam memenuhi preferensi konsumen tersebut. Pasar tradisional masih menjadi tempat utama bagi masyarakat Sumatera Barat untuk membeli produk peternakan. Meski pasar tradisional menawarkan produk yang segar, masalah higienitas dan kualitas terkadang menjadi perhatian, terutama dalam penanganan dan penyimpanan daging (Putri, 2018). Di sisi lain, supermarket dan gerai modern yang menawarkan produk dengan standar higienitas lebih baik mulai menjadi alternatif bagi konsumen kelas menengah ke atas, meskipun harga yang ditawarkan cenderung lebih tinggi.

Secara keseluruhan, preferensi konsumen terhadap produk peternakan di Sumatera Barat dipengaruhi oleh faktor budaya, agama, kesehatan, dan kesadaran akan kualitas pangan. Tren ini memberikan tantangan sekaligus peluang bagi para peternak dan pelaku usaha peternakan di daerah tersebut untuk terus meningkatkan kualitas produk yang mereka hasilkan.

B. Daya saing Produk Peternakan di Sumatera Barat

Daya saing adalah kemampuan suatu komoditi untuk masuk ke dalam pasar dan kemampuan untuk bertahan dalam pasar tersebut. Daya saing suatu produk dapat ditingkatkan dengan mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi daya saing produk.

Produk peternakan di Sumatera Barat, yang meliputi daging, telur, susu, serta produk olahan seperti rendang dan dendeng, memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar lokal, nasional, bahkan internasional. Namun, untuk meningkatkan daya saing produk-produk tersebut, terdapat sejumlah faktor penting yang perlu diperhatikan, seperti kualitas produk, manajemen peternakan, akses pasar, dan inovasi dalam pengolahan. Kualitas dan keunikan produk, seperti rendang yang telah mendunia, menjadi keunggulan utama, tetapi tantangan seperti teknologi produksi

yang masih terbatas dan distribusi yang kurang optimal harus diatasi agar daya saing produk peternakan Sumatera Barat dapat lebih unggul.

Keunggulan utama produk peternakan Sumatera Barat terletak pada kualitas dan keunikan produknya, yang sangat dipengaruhi oleh budaya dan tradisi setempat. Salah satu contoh paling menonjol adalah rendang, produk olahan daging sapi yang telah mendapatkan pengakuan global sebagai salah satu makanan terenak di dunia. Rendang tidak hanya menjadi ikon kuliner Sumatera Barat, tetapi juga membuka peluang bagi produk daging sapi dari daerah ini untuk bersaing di pasar internasional (Naim, 1984). Penggunaan bahan-bahan alami serta metode pengolahan tradisional menjadikan produk ini memiliki cita rasa yang khas dan tahan lama, yang merupakan keunggulan kompetitif di pasar ekspor.

Namun, daya saing produk seperti rendang tidak hanya ditentukan oleh kualitas bahan bakunya, tetapi juga oleh kemampuan peternak dan pengolah lokal untuk menjaga konsistensi kualitas daging sapi yang digunakan. Saat ini, banyak peternak di Sumatera Barat masih mengandalkan metode tradisional dalam beternak, yang seringkali menyebabkan fluktuasi dalam kualitas daging. Menurut penelitian oleh Kusnadi (2009), kurangnya akses terhadap pakan ternak yang berkualitas serta teknologi pemeliharaan yang efisien menjadi kendala utama dalam meningkatkan kualitas produk peternakan di daerah ini. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan manajemen peternakan agar produk-produk peternakan dari Sumatera Barat dapat bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain atau dari luar negeri.

Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing produk peternakan di Sumatera Barat adalah melalui inovasi dalam pengolahan dan diversifikasi produk. Selain rendang, produk olahan lain seperti dendeng, abon, dan telur asin juga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Pengolahan produk menjadi makanan siap saji atau makanan kemasan dengan masa simpan yang lebih lama dapat meningkatkan nilai tambah produk tersebut (Effendy, 2015). Namun, inovasi ini membutuhkan dukungan teknologi pengolahan pangan yang modern dan higienis. Dengan demikian, penting bagi pemerintah dan pelaku usaha di Sumatera Barat untuk berinvestasi dalam teknologi pengolahan yang mampu meningkatkan kualitas produk olahan peternakan.

Inovasi juga bisa dilakukan dalam hal kemasan dan pemasaran. Sebagai contoh, kemasan vakum dan pengolahan dengan teknologi steril dapat memperpanjang masa simpan produk-produk daging olahan, sehingga memungkinkan produk tersebut untuk dijual di pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional. Menurut Suharjo (2017), pengemasan yang baik dan strategi pemasaran digital yang efektif sangat penting dalam meningkatkan daya saing produk peternakan dan olahannya di era globalisasi ini.

Akses pasar merupakan tantangan besar bagi produk peternakan di Sumatera Barat. Meski kualitas produk, seperti daging sapi dan rendang, diakui baik, keterbatasan infrastruktur distribusi seringkali menghambat produk-produk tersebut untuk mencapai pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Menurut Putri (2018), banyak peternak lokal menghadapi kesulitan dalam menjual produk mereka karena kurangnya akses ke pasar besar, serta tingginya biaya distribusi yang disebabkan oleh infrastruktur jalan yang belum memadai di beberapa daerah penghasil produk peternakan.

Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan kerjasama antara pemerintah, swasta, dan pelaku usaha lokal dalam membangun rantai pasok yang efisien. Peningkatan infrastruktur jalan dan transportasi akan sangat membantu dalam mempercepat distribusi produk peternakan ke pasar-pasar utama, baik di kota-kota besar Indonesia maupun di luar negeri. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk, seperti melalui e-commerce atau platform daring lainnya, juga akan membantu memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, pelaku usaha peternakan di Sumatera Barat dapat lebih mudah mengakses pasar nasional dan internasional, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing produk mereka.

Faktor lain yang mempengaruhi daya saing produk peternakan di Sumatera Barat adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) yang terlibat dalam proses peternakan dan pengolahan. Banyak peternak masih menggunakan metode tradisional dalam mengelola ternak, yang menyebabkan produktivitas dan kualitas produk yang dihasilkan kurang optimal. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kapasitas peternak dalam mengadopsi teknologi modern dan manajemen peternakan yang lebih efisien (Kusnadi, 2009). Program-program pelatihan yang difokuskan pada pengelolaan peternakan yang berkelanjutan

dan penggunaan teknologi modern dapat membantu meningkatkan kualitas produk dan efisiensi produksi.

Selain itu, peningkatan manajemen di tingkat usaha peternakan juga sangat penting. Sistem manajemen peternakan yang baik akan membantu dalam menjaga kualitas produk, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan daya saing di pasar. Penggunaan teknologi seperti sistem pemantauan kesehatan ternak secara digital dan manajemen pakan berbasis nutrisi akan meningkatkan produktivitas ternak dan kualitas produk akhir, seperti daging dan susu. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Effendy (2015), yang menyatakan bahwa penerapan teknologi dalam peternakan modern akan meningkatkan efisiensi produksi dan memperkuat posisi daya saing produk peternakan.

Daya saing produk peternakan dan olahannya di Sumatera Barat dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari kualitas produk, inovasi dalam pengolahan, akses pasar, hingga kualitas manajemen dan SDM. Meskipun Sumatera Barat memiliki keunggulan dalam hal tradisi kuliner dan kualitas bahan baku, tantangan seperti kurangnya teknologi modern dalam peternakan dan infrastruktur distribusi yang kurang memadai perlu segera diatasi untuk memperkuat posisi daya saing produk tersebut. Dengan dukungan pemerintah, investasi dalam teknologi, serta peningkatan kapasitas SDM, produk peternakan dan olahannya dari Sumatera Barat memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar nasional dan internasional.

Beberapa faktor di atas adalah faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing berdasarkan sudut pandang produsen dan pemerintah. Disamping itu, salah satu upaya peningkatan daya saing produk peternakan yang dapat dilakukan adalah dari sisi konsumen dengan mempengaruhi selera atau preferensinya. Konsumen yang menyukai suatu produk akan melakukan upaya lebih untuk mendapatkan produk yang disukainya.

C. Hubungan Preferensi Konsumen dan Daya Saing Produk Peternakan di Sumatera Barat

Preferensi konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan daya saing produk peternakan di Sumatera Barat. Kebutuhan dan selera konsumen terhadap produk peternakan, seperti daging sapi, telur, dan susu, secara langsung mempengaruhi bagaimana produsen menyesuaikan strateginya. Di

Sumatera Barat, preferensi konsumen banyak dipengaruhi oleh budaya, nilai agama, dan kualitas produk. Sebagai contoh, daging sapi dan kerbau menjadi pilihan utama masyarakat karena erat kaitannya dengan tradisi kuliner dan adat setempat, terutama untuk hidangan seperti rendang, yang telah mendapatkan pengakuan internasional (Naim, 1984). Preferensi terhadap produk halal juga menjadi salah satu faktor penting, mengingat mayoritas masyarakat di Sumatera Barat beragama Islam (Effendy, 2015). Konsumen di daerah ini cenderung memilih produk yang tidak hanya segar tetapi juga diproses secara halal, yang mendorong produsen untuk menjaga proses penyembelihan sesuai dengan syariat Islam guna meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun nasional.

Selain itu, kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen juga memengaruhi daya saing produk peternakan. Konsumen saat ini semakin sadar akan pentingnya produk yang aman dan berkualitas tinggi. Misalnya, dalam memilih susu dan telur, konsumen lebih mengutamakan produk yang kaya akan nutrisi dan bebas dari bahan kimia berbahaya. Penelitian oleh Suharjo (2017) menunjukkan bahwa tren konsumsi produk organik mulai berkembang di kalangan masyarakat urban, dan hal ini mendorong para produsen untuk mengadopsi teknologi peternakan yang lebih ramah lingkungan dan berbasis organik. Hal ini memperkuat daya saing produk peternakan di pasar yang lebih luas, termasuk pasar nasional yang semakin kompetitif. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kesehatan, peternak dan pelaku usaha peternakan harus memastikan bahwa produk mereka memenuhi standar kualitas yang diinginkan untuk bisa bersaing secara efektif.

Hubungan antara preferensi konsumen dan daya saing juga terlihat dalam konteks distribusi dan akses pasar. Konsumen di Sumatera Barat, meskipun masih banyak yang berbelanja di pasar tradisional, mulai beralih ke gerai modern yang menawarkan produk dengan standar kualitas dan higienitas yang lebih baik. Menurut Putri (2018), preferensi ini mendorong produsen untuk tidak hanya meningkatkan kualitas produknya tetapi juga memperbaiki rantai distribusi dan aksesibilitas produk. Misalnya, penggunaan teknologi pengemasan yang lebih modern, seperti pengemasan vakum, membantu memperpanjang masa simpan produk, sehingga memungkinkan untuk dipasarkan lebih luas dan lebih lama, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Kesimpulannya, preferensi konsumen di Sumatera Barat yang dipengaruhi oleh faktor budaya, agama, kualitas, dan kesehatan memiliki dampak langsung terhadap daya saing produk peternakan. Produsen yang mampu menyesuaikan produksi mereka dengan kebutuhan konsumen, serta menjaga kualitas dan inovasi dalam pengolahan dan distribusi, akan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar. Hubungan ini menegaskan pentingnya pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen dalam strategi peningkatan daya saing produk peternakan di daerah tersebut.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian makalah ini dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Bagaimana daya saing produk peternakan
2. Preferensi konsumen menentukan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk. Produk yang disukai konsumen akan lebih mempunyai kemampuan untuk diterima pasar dan bertahan di dalam pasar tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat menentukan daya saing produk tersebut.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Sidik, Y.P. 2015. Industri Peternakan Indonesia. www.pb-ispi.org/seminar-ispi-outlook-industri-peternakan-2015. diakses pada 2 November 2015.
- Effendy, A. (2015). *Islam dan Budaya Lokal: Studi tentang Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Tradisi Minangkabau*. Jakarta: LIPI Press.
- Kusnadi, U. (2009). *Manajemen Peternakan Sapi Perah di Indonesia*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Naim, M. (1984). *Adat Minangkabau: Pola dan Pandangan Hidup Orang Minang*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Putri, E. R. (2018). "Perilaku Konsumen dalam Pembelian Daging di Pasar Tradisional dan Modern di Sumatera Barat." *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 6(2), 135-148.
- Suharjo, Y. (2017). "Pola Konsumsi Makanan Organik di Kalangan Masyarakat Urban." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(3), 201-215.