

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ayam kampung adalah ayam lokal Indonesia yang berasal dari ayam hutan merah yang telah berhasil dijinakkan. Hasil dari proses evolusi dan domestikasi ayam kampung yang telah beradaptasi dengan lingkungan, lebih tahan terhadap penyakit dan cuaca dibandingkan dengan ayam ras. Ayam kampung dapat digolongkan atas beberapa tipe, yaitu pedaging, petelur, dwiguna, petarung dan ayam hias (Sarwono, 1991).

Jenis dan ragam ayam hias yang ada di Indonesia sangat banyak jumlahnya, ada yang sangat spesifik berasal dari daerah-daerah di Indonesia, seperti Ayam Kokok Balenggek dari Sumatera Barat, ayam Pelung dari Jawa Barat, ayam ketawa dari Makassar, ayam bekisar dari Jawa Timur dan beberapa jenis lain. Aneka ayam hias mempunyai bentuk, ciri, serta potensi pengembangan yang berbeda sesuai dengan daerah asal plasma nutfahnya.



Ayam Kokok Balenggek (AKB) merupakan ayam penyanyi yang dikembangkan di Kota Solok dan di Kabupaten Solok serta beberapa daerah di Sumatera Barat, seperti Tanah Datar, Padang dan Payakumbuh. Ayam ini memiliki suara kokok merdu dan bersusun-susun yang dapat mencapai 24 suku kata. Kemerduan dan keunikan suara kokok AKB diduga satu-satunya bangsa ayam dengan tipe kokok balenggek di dunia. Suara kokok pada AKB jantan merupakan salah satu potensi yang bernilai ekonomi, karena suaranya yang merdu AKB memiliki nilai jual yang tinggi (Rusfidra, 2004).

Selain suara yang merdu, AKB memiliki jenis berkokok yang unik berupa gaya berkokok yang khas, warna bulu yang langka sehingga terdapat keberagaman nama yang ditentukan dari jenis AKB . Keunikan dan keberagaman yang dimiliki AKB tersebut bisa menjadi peluang usaha yang menjanjikan bagi para peternak yang ingin mengembangkan AKB, baik dengan tingkat populasi besar atau sekedar mendapatkan keuntungan dengan memelihara AKB secara sampingan.

Usaha pengembangbiakan AKB masih memiliki sejumlah permasalahan, diantaranya rendahnya minat masyarakat untuk melestarikan AKB menyebabkan jumlah populasi yang masih bertahan berada diambang kepunahan yang mempengaruhi harga jual produk yang berupa telur, DOC, AKB dara, dan AKB dewasa, hal ini memberi pengaruh pada daya beli konsumen yang ingin mendapatkan produk AKB, khususnya pembeli yang berasal dari kalangan menengah kebawah yang ingin mengembangkan ternak AKB dalam jumlah besar maupun memelihara jenis-jenis AKB yang hanya sebatas kecintaan terhadap ayam hias.



Dalam mempertahankan keberadaan AKB, Kota Solok Dan Kabupaten Solok sebagai daerah sentral pemeliharaan AKB di Sumatera Barat membentuk sebuah organisasi yang bernama Asosiasi Pecinta Ayam Kokok Balenggek Sumatera Barat yang didirikan pada tahun 2012 yang terdiri dari 32 orang peternak yang bergabung dalam Asosiasi Pecinta Ayam Kokok Balenggek Sumatra Barat. Pembentukan Asosiasi ini berawal dari beberapa orang yang hobi beternak ayam kokok balenggek, para anggota Asosiasi tersebut berasal dari

sejumlah daerah di Sumatera Barat khususnya dari Kota Solok dan Kabupaten solok dengan usia dan pekerjaan berbeda.

Asosiasi Pecinta Ayam Kokok Balenggek Sumatera Barat melakukan pelatihan AKB 1 sampai 2 kali dalam tempo satu bulan, dan untuk mengenalkan AKB ke masyarakat, dilakukan sejumlah *event contest* di hari-hari tertentu, misalnya pada acara hari kemerdekaan, acara ulang tahun Kota Solok, dan beberapa event bersejarah yang dijadikan peluang untuk membuka peluang pemasaran oleh para peternak yang bergabung di Asosiasi Pecinta Ayam Kokok Balenggek Sumatera Barat. Upaya ini diharapkan mampu menjadi sebuah terobosan yang akan mampu melestarikan keberadaan AKB, sehingga dimasa mendatang selain keberadaan AKB tetap terlindungi dan usaha peternakan AKB bisa menjadi sebuah sumber pendapatan bagi masyarakat Sumatera Barat dalam mengembangkan usaha peternakan AKB.



Asosiasi merupakan sekelompok manusia dalam sebuah organisasi mandiri yang mempunyai tujuan, kepentingan, kegemaran, minat yang sama dan membentuk sebuah organisasi yang tetap. Menurut Soekanto (1988), asosiasi memiliki dua pengertian, yaitu dalam arti khusus memiliki ciri-ciri berupa adanya kepentingan dan jumlah anggota sebagai organisasi sosial tertentu yang jenis hubungannya bersifat tidak pribadi. Asosiasi dalam arti luas yaitu organisasi dengan jumlah anggota yang terbatas sebagai perkumpulan formal, dimana hubungan yang dibangun tidak bersifat pribadi dengan jangkauan targer sebuah asosiasi yang cukup luas, contohnya asosiasi yang dibentuk oleh pecinta AKB

sumatera barat dalam memproduksi dan menjual produk AKB yang dijadikan sebagai sumber usaha dalam memperoleh keuntungan finansial.

Produk AKB yang dihasilkan berupa telur, DOC, AKB jantan dan betina dengan berbagai umur biasanya dijual dengan harga yang bervariasi. Adapun cara penjualan produk tersebut biasanya dilakukan melalui peternak langsung kepada pembeli, ada juga yang memesan produk AKB dengan bantuan media komunikasi yang tersedia, berupa promosi lewat sosial media yang dibuat oleh komunitas yang memproduksi hasil AKB, penjualan pada saat kontes, maupun penjualan pasca kontes setelah ayam mendapatkan peringkat juara. Produk AKB dipasarkan ke beberapa daerah di Sumatera Barat, seperti Kota Padang, Payakumbuh, Tanah Datar, dan Pekanbaru, dan sejumlah kecil pada lokasi kontes AKB yang diadakan dalam berbagai event.

Harga AKB berkisar Rp.250.000 diluar harga kokokan senilai Rp.100.000 tiap lenggek pada AKB yang memiliki minimal tiga lenggekan. AKB yang tergolong langka, unik, dan sudah memiliki gelar juara akan menguntungkan pemilik ayam, dimana harga AKB sudah tidak lagi ada patokan khusus, yakni harga kesepakatan antara pemilik dan calon pembeli saja seperti dijelaskan oleh Eri Satri Dt Rajo Kuaso, ketua Asosiasi Pecinta Ayam Kokok Balenggek Sumbar. Pembeli produk AKB biasanya berasal dari kalangan peneliti, peternak yang juga berbisnis jenis ayam hias, dan masyarakat biasa yang mengoleksi AKB untuk hobi.

Berhasilnya sebuah usaha peternakan ditentukan oleh sejumlah aspek, diantaranya: manajemen pemeliharaan dan pemasaran yang mencapai sejumlah

target yang dibentuk tepat pada sasaran. Saat memasarkan produk, produsen harus mengetahui keinginan dan kebutuhan yang dimiliki oleh setiap individu yang berbeda-beda. Dinamika dan pemetaan usaha merupakan perangkat yang berkaitan dengan cara membaurkan sejumlah cara pemasaran. Dengan menganalisa dinamika dan memetakan keberadaan produk yang dihasilkan oleh usaha peternakan AKB, sehingga keputusan yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam proses memperoleh produk dapat terjadi secara maksimal.

Berdasarkan potensi ekonomis yang dimiliki AKB sebagai ayam hias yang dipelihara dengan tujuan mendapatkan keuntungan bagi peternak serta pentingnya menerapkan dinamika dan pemetaan pemasaran, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Dinamika Dan Pemetaan Usaha Ayam Kokok Balengkek (AKB) Di Asosiasi Pecinta Ayam Kokok Balengkek Sumatera Barat”**.



## **1.2 Perumusan Masalah**

Bagaimana dinamika dan pemetaan pemasaran pada usaha peternakan AKB di Asosiasi Pecinta Ayam Kokok Balengkek Sumatera Barat.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengidentifikasi dinamika dan pemetaan pemasaran yang terkait dengan (produk, harga, distribusi, promosi) pada peternakan AKB yang dikelola di Asosiasi Pecinta AKB Sumatera Barat.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Menjadi literatur bagi kalangan peneliti yang ingin mengkaji ilmu tentang dinamika dan pemetaan pemasaran pada peternakan AKB.

2. Menjadi sumber informasi dan masukan bagi peternak AKB Di Sumatera Barat betapa pentingnya menguasai ilmu dan sistem dinamika dan pemetaan pemasaran dalam meningkatkan pendapatan ekonomis dengan beternak AKB.
3. Meningkatkan kesadaran sejumlah pihak agar lebih memperhatikan aset yang dimiliki Sumatera Barat dapat bertahan dimasa mendatang.

