

I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Ayam lokal di Indonesia adalah kekayaan alam yang merupakan aset nasional yang tidak ternilai harganya (Badarudin, 2013). Ayam kampung disebut juga dengan istilah ayam lokal atau ayam bukan ras (buras) adalah ayam asli Indonesia yang telah beradaptasi, hidup, berkembang dan bereproduksi dalam jangka waktu yang lama, baik dikawasan habitat tertentu maupun di beberapa tempat. Adapun perkembang biakannya dilakukan antar sesama tanpa ada perkawinan campuran dengan ayam ras (jenis ayam yang sengaja diintroduksi). Ayam lokal merupakan turunan panjang dari proses sejarah genetik perunggasan di tanah air (Anang dan Suharyanto, 2008).

Sebagai sumber daya genetik asli Indonesia, ayam lokal dapat dikembangkan guna mendukung kemandirian penyediaan pangan sumber protein hewani nasional. Kandungan protein pada telur ayam lokal lebih tinggi dibandingkan dengan kandungan protein pada ayam ras, bukan hanya protein tapi juga kandungan vitamin A pada telur ayam lokal jauh lebih tinggi dibandingkan telur ayam negeri (Sujionohadi, 2016). Hal ini tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 2002 tentang ketahanan pangan yang menekankan pentingnya kemandirian penyediaan pangan berbasis sumber daya lokal. Ayam lokal merupakan plasma nutfah Indonesia yang sangat potensial untuk dikembangkan, karena secara geografis indonesia sangat mendukung dengan penyebaran populasi hampir di seluruh pedesaan di Indonesia.

Dari segi manajemen ayam lokal relatif lebih mudah dan investasi lebih rendah dibandingkan dengan ayam ras. Kelebihan beternak ayam lokal dari ayam

ras yaitu dapat diusahakan pada lahan yang tidak begitu luas, bisa dipelihara secara intensif, semi intensif atau ekstensif, daya tahan tubuh lebih kuat, harga jual lebih tinggi dari ayam ras, daging ayam lokal rasanya lebih diterima oleh masyarakat dan bisa membuka lapangan kerja baru baik untuk keluarga ataupun petani ternak (Dudung, 1991). Namun, ayam lokal memiliki beberapa kelemahan yaitu pertumbuhan yang lambat, terbatasnya ketersediaan DOC unggul menjadi hambatan dalam usaha.

Kebutuhan akan hewani dan produk turunannya masih sangat tinggi, dan diperkirakan akan semakin meningkat. Banyak masyarakat yang gemar mengkonsumsi daging ayam kampung, banyaknya permintaan ayam kampung super membuat peternak semakin gencar dalam budidaya ayam ayam kampung. Oleh karena itu banyak peternak ayam kampung yang tertarik untuk mengembangkannya ditunjukkan sebagai ayam penghasil daging dan telur. Dalam kesehariannya hampir semua lapisan masyarakat pasti menyukai dan memerlukan daging ayam untuk kebutuhan sehari – hari. Karena memang kandungan gizi dan vitamin yang terdapat dalam daging ayam kampung super sangat bermanfaat bagi tubuh manusia. Selain itu, daging ayam kampung super ini cocok untuk dijadikan berbagai macam masakan, seperti digoreng, direbus, dibakar ataupun dikukus. Bahkan ketika dimasak kulit dari daging ayam kampung super ini tidak mudah robek bahkan rusak bahkan peternak juga dapat menjalin kerjasama dengan pengusaha rumah makan yang membutuhkan daging ayam kampung. Selain itu peternak juga dapat memasarkannya langsung kepasar atau melalui pengepul-pegepul daging ayam lokal super.

Kota Padang memiliki populasi ternak ayam lokal yang cukup banyak yang

berada pada posisi ke-7 dari total 19 Kabupaten/Kota di Sumatera Barat. Berdasarkan BPS Kota Padang (2018) jumlah populasi ayam lokal pada tahun 2017 yaitu 265.624 ekor. Pada Kecamatan Nanggalo konsumsi ayam lokal pada tahun 2017 hanya berkisar sebanyak 30.890 ekor itu jauh lebih rendah dari kecamatan lain yang ada di kota Padang. sedangkan perhitungan LQ (*Location Question*) oleh Dinas Pertanian Kota Padang pada tahun 2018 untuk menentukan potensi suatu daerah yang cocok untuk dijadikan suatu tempat pengembangan usaha. Dari 11 Kecamatan di Kota Padang didapat 5 kecamatan, salah satunya yaitu kecamatan Nanggalo, sehingga kecamatan Nanggalo termasuk daerah yang cocok untuk melakukan usaha peternakan ayam lokal. Kecamatan Nanggalo sebagai salah satu tempat yang bagus untuk pengembangan ayam lokal seharusnya peternak ayam lokal sudah mulai berkembang dari skala usaha, saluran pemasaran maupun dari sisi pendapatan peternak ayam lokal tersebut. Salah satu penunjang keberhasilan usaha ayam lokal petelur adalah saluran pemasaran yang tersedia sehingga akan mampu menampung setiap produksi telur yang dihasilkan oleh peternak.

Saluran tataniaga adalah saluran yang digunakan oleh peternak produsen untuk menyalurkan hasil ternaknya sampai ke konsumen. Lembaga tataniaga yang ikut aktif dalam saluran ini adalah produsen (peternak), pedagang pengumpul, pedagang besar, pengecer dan konsumen. Setiap lembaga tataniaga melakukan fungsi tataniaga seperti: membeli dari peternak (produsen) menjual kepada pedagang berikutnya, mengangkat, mensortir, menyimpan dan lain-lain (Rahardi, 1993).

Ayam lokal masih sangat digemari masyarakat namun permintaan daging

ayam lokal kurang diimbangi dengan produksi yang cukup, sehingga harga ayam lokal lebih mahal dibandingkan dengan ayam ras. Sistem pemeliharaan masyarakat yang masih bersifat tradisional, ayam lokal yang masih memiliki produktifitas yang rendah, minimnya bibit unggul dan produksinya kurang optimal sehingga ayam lokal kalah dipasaran dengan ayam ras.

Jalur pemasaran ayam lokal di Kecamatan Nanggalo menurut hasil pra survei masih dilakukan secara mandiri oleh peternak seperti peternak ke pengencer maupun ke konsumen langsung. Belum adanya lembaga pemasaran yang jelas terkait pemasaran ayam lokal petelur tentu akan berakibat kepada kesuksesan usaha ayam lokal petelur di Kecamatan Nanggalo. Selain belum adanya lembaga pemasaran maka peternak akan leluasa dalam menetapkan harga terhadap konsumen sehingga memberikan ketidakpastian pendapatan maupun permintaan akan pasar ayam lokal di Kecamatan Nanggalo.

Berdasarkan dari pemikiran di atas maka penelitian ini difokuskan untuk melihat pemasaran ayam lokal dengan judul: **“Jalur Pemasaran Ayam Lokal di Kecamatan Nanggalo Kota Padang”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana jalur pemasaran ayam lokal di Kecamatan Nanggalo Kota Padang.
2. Bagaimana profil usaha ayam lokal di kecamatan Nanggalo Kota Padang.
3. Bagaimana karakteristik peternak ayam lokal di Kecamatan Nanggalo Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui jalur pemasaran ayam lokal di Kecamatan Nanggalo Kota Padang.
2. Untuk mengetahui profil usaha ayam lokal di kecamatan Nanggalo Kota Padang.
3. Untuk mengetahui karakteristik peternakan ayam lokal di Kecamatan Nanggalo Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti dapat memberikan informasi mengenai jalur pemasaran peternak usaha peternakan ayam lokal.
2. Bagi peternak sebagai bahan masukan untuk mengambil kebijakan dalam upaya mengembangkan usaha peternakan seperti lembaga pemasaran ayam lokal di Kota Padang.
3. Bagi peneliti lain dapat dijadikan referensi penelitian selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.

