

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ayam kampung merupakan salah satu jenis ternak unggas sebagai sumber protein hewani yang dimanfaatkan dagingnya. Selain itu, ayam kampung juga digunakan sebagai sarana upacara dalam pelaksanaan upacara umat Hindu, serta dipakai untuk kesenangan atau hobi dengan tujuan diadu. Ayam kampung yang dipelihara di desa mengandalkan alam sebagai sumber kehidupannya (Sudarmawan et al., 2014).

Ayam kampung mudah dikenali karena banyak berkeliaran di desa hampir di seluruh wilayah Indonesia (Rajab & Papilaya, 2012). Penyebaran ayam kampung merata di seluruh pelosok Indonesia dan kehidupannya telah menyatu dengan masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika Indonesia (BPS Indonesia) tahun 2016, 2017, dan 2018 menunjukkan bahwa populasi penyebaran ayam kampung terjadi peningkatan di setiap tahun. Pada tahun 2016 terdapat sebanyak 294.161.691 ekor ayam kampung, pada tahun 2017 terdapat sebanyak 299.701.400 ekor ayam kampung, dan pada tahun 2018 terdapat sebanyak 300.977.882 ekor ayam kampung yang tersebar di Indonesia (BPS Indonesia, 2021).

Kondisi tersebut juga serupa dengan populasi ayam kampung di Kabupaten Lumajang yang menunjukkan adanya peningkatan populasi ayam kampung di setiap tahunnya. Berdasarkan data Dinas Peternakan Kabupaten Lumajang, populasi ayam kampung di Kabupaten Lumajang dari tahun 2016 – 2018 dengan rincian pada tahun 2016 populasi ayam kampung mencapai 1.035.195 ekor, pada tahun 2017 populasi ayam kampung sebesar 1.343.244 ekor, dan pada tahun 2018 populasi ayam kampung sebesar 1.754.937 ekor (BPS Jatim, 2020)

Tingginya populasi ayam kampung dikarenakan semakin banyak orang yang memelihara ayam kampung baik dalam skala kecil maupun besar. Pada wilayah pedesaan memelihara ayam kampung dapat membantu perekonomian masyarakat. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa tujuan dari dipeliharanya ayam kampung ini untuk membantu perekonomian warga selain sebagai petani

(Sudarmawan et al., 2014). Ayam kampung yang dipelihara di desa juga digunakan sebagai tabungan atau untuk konsumsi pribadi. Meski diketahui jika harga ayam kampung yang cukup mahal akan tetapi hal tersebut tidak mengurangi minat masyarakat pada ayam kampung.

Pemeliharaan ayam kampung di pedesaan umumnya masih dilakukan secara ekstensif atau umbaran. Hal ini menyebabkan ayam kampung yang dijual akan memiliki ukuran atau bobot badan yang berbeda. Selain itu, dalam saluran distribusi ayam kampung ini memiliki keunikan dengan adanya pengepul. Pengepul berperan mengumpulkan ayam kampung yang ada di desa. Oleh sebab itu, pengumpulan ayam kampung untuk dijual dalam jumlah besar juga membutuhkan waktu yang cukup lama.

Saluran distribusi membutuhkan lembaga pemasaran dalam prosesnya. Lembaga pemasaran ayam kampung di Kabupaten Lumajang terdiri dari peternak sampai dengan konsumen akhir. Seluruh lembaga pemasaran berperan dalam alur distribusi produk hingga sampai ke konsumen akhir. Oleh karena itu, diketahui bahwa saluran distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan) (Nugraha, 2016). Selain sebagai kegiatan pemasaran, saluran distribusi juga berperan dalam memberikan nilai tambah pada produk karena dalam proses menuju konsumen akhir perlu melewati beberapa perantara. Hal ini termasuk dalam margin pemasaran yang merupakan nilai tambah yang ada dalam proses harus dibayar oleh konsumen.

Saluran distribusi merupakan upaya untuk mempercepat pemasaran dari ayam kampung yang saat ini produksinya menurun. Oleh sebab itu, peneliti ini ingin mengetahui saluran distribusi dalam pemasaran ayam kampung. Serta untuk mengetahui jumlah margin pemasaran yang ada pada setiap lembaga atau pelaku distribusi ayam kampung di Kabupaten Lumajang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ada beberapa permasalahan yang perlu untuk dikaji antara lain :

1. Bagaimana alur distribusi ayam kampung yang ada di Kabupaten Lumajang?
2. Berapamargin pemasaran pada alur distribusi ayam kampung di Kabupaten Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni, untuk :

1. Mengetahui alur distribusi ayam kampung di Kabupaten Lumajang.
2. Mengetahui margin pemasaran ayam kampung di Kabupaten Lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Menambah pengetahuan terkait dengan saluran distribusi ayam kampung di Kabupaten Lumajang.
2. Memberikan informasi kepada masyarakat dan pemerintah terkait dengan alur distribusi ayam kampung di Kabupaten Lumajang.