

BAB I

PENDAHULUAN

Bidang usaha peternakan saat ini sudah mengalami kemajuan pesat. Kemajuan ini terlihat dari konsumsi masyarakat akan kebutuhan daging meningkat, sehingga menyebabkan pertambahan jumlah peternak yang tersebar di wilayah Indonesia baik di pedesaan maupun di perkotaan. Prospek usaha dibidang peternakan akan terus mengalami kemajuan seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan sudah mengertinya mereka tentang pentingnya protein hewani yang dibutuhkan manusia. Pemenuhan kebutuhan daging untuk manusia dimulai dari proses produksi, kemudian produk tersebut didistribusikan kepada konsumen melalui jalur pemasaran.

Pemasaran adalah kegiatan pengelolaan yang mempunyai peranan paling penting. Pemasaran merupakan serangkaian kegiatan dalam pembuatan perencanaan, penentuan harga, promosi dan pendistribusian produk hingga sampai ke tangan konsumen. Pemasaran ayam pedaging dalam bidang agribisnis merupakan sebuah usaha yang sangat prospektif. Daging ayam merupakan sumber pangan asal hewani yang disukai masyarakat karena cita rasanya yang enak, bergizi tinggi dan mengandung asam amino essensial yang baik untuk tubuh. Daging ayam dipandang dari segi pemasaran merupakan produk yang mempunyai tingkat permintaan tinggi dan terus mengalami peningkatan. Terjadinya peningkatan daging ayam merupakan akibat dari peningkatan jumlah penduduk, tingkat pendidikan dan kesadaran masyarakat akan penting dan manfaat

pemenuhan gizi bagi tubuh. Hal ini merupakan peluang pasar yang besar bagi pengusaha yang bergerak dalam bidang agribisnis, khususnya usaha ayam pedaging.

Pengelolaan yang baik dari tingkat hulu sampai hilir sangat penting untuk diperhatikan. Semakin kuat jaringan pemasaran memungkinkan perusahaan dapat memaksimalkan pelayanan, kualitas, dan peningkatan omset penjualan. Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Pertama produk yang dipasarkan memiliki harga yang kompetitif, dan menguntungkan pada kualitas yang diharapkan konsumen. Kedua, perusahaan harus dapat mengatasi tantangan dari para pesaing. Kegiatan pemasaran melibatkan sejumlah fungsi dan saluran distribusi yang berperan dalam penyampaian produk dari tangan produsen ke tangan konsumen. Semakin panjang saluran distribusi yang digunakan produsen maka harga yang diterima konsumen semakin tinggi, hal ini dapat mengganggu sasaran dan tujuan keberhasilan perusahaan. Hal penting selain saluran pemasaran yaitu : strategi pemasaran, penentuan harga jual, biaya pemasaran, dan margin pemasaran.

Tujuan praktek kerja lapangan adalah untuk mengetahui teknis pengelolaan usaha di bidang usaha ayam broiler, bauran pemasaran dan margin pemasaran. Manfaat dari Praktek Kerja Lapangan adalah untuk menambah informasi, pengetahuan, wawasan dan keterampilan dalam memasarkan hasil usaha peternakan serta mengetahui hubungan antara teori yang diperoleh dengan praktek nyata di lapangan.