

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Telur merupakan bahan makanan yang berasal dari ternak unggas yang bernilai gizi tinggi. Pertambahan jumlah penduduk dewasa ini membawa peningkatan akan kebutuhan protein hewani. Kebutuhan protein hewani salah satunya dapat dipenuhi dari produk peternakan berupa susu, daging dan telur. Produk telur mempunyai harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan produk peternakan yang lain, mudah didapat, dan praktis sehingga komoditas berupa produk telur tersebut banyak disukai oleh masyarakat. Kondisi ini menyebabkan permintaan telur ayam ras mengalami peningkatan dari waktu ke waktu.

Pengembangan usaha ayam petelur selain merupakan upaya pemenuhan kebutuhan pangan hewani juga memiliki prospek usaha kedepan yang cukup menjanjikan dan mampu untuk memperluas lapangan pekerjaan sehingga akan meningkatkan pendapatan bagi masyarakat. Usaha untuk memenuhi kebutuhan protein hewani tidak hanya dengan memperbanyak jumlah ternak yang dipelihara tetapi juga harus didukung dengan sistem manajemen usaha yang baik, sehingga hasil produksi akan meningkat dan peternakan akan memperoleh penerimaan yang sesuai. Penerimaan tersebut sebagian digunakan untuk menutup biaya produksi dan sisanya pendapatan. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan pengelolaan suatu usaha. Rencana pemasaran disesuaikan dengan volume penjualan telur yang akan dijual dan biaya yang dikeluarkan. Selain meningkatkan volume penjualan dan mengurangi biaya pemasaran, tujuan pemasaran

lainnya adalah meningkatkan pendapatan, distribusi telur, keseimbangannya antara penjualan dengan produksi telur.

Tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah untuk mengkaji tingkat laba CV. Indah Mustika, mengetahui trend pertumbuhan volume penjualan telur, dan keeratan hubungan antara volume penjualan telur dan biaya pemasaran. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan peternakan sebagai bahan pertimbangan rencana pemasaran telur secara efisien serta dapat menentukan saluran pemasaran yang efisien dan keeratan hubungan volume penjualan dengan biaya pemasaran, sedangkan manfaat bagi mahasiswa adalah untuk menambah pengetahuan bagi mahasiswa. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan yang erat antara biaya pemasaran dan volume penjualan.