

BAB I

PENDAHULUAN

Bidang usaha peternakan di Indonesia ini mulai berkembang dengan baik, hal ini terlihat dari konsumsi masyarakat terhadap kebutuhan daging dan telur yang semakin meningkat. Telur ayam termasuk dalam kebutuhan barang yang dibutuhkan konsumen, mudah diperoleh dan harus tersedia. Telur ayam banyak dibutuhkan karena harganya yang terjangkau dan mengandung protein yang tinggi. Usaha dibidang peternakan ayam khususnya ayam petelur mempunyai prospek dimasa mendatang mengingat permintaan telur yang sangat meningkat, yang disebabkan oleh tingginya tingkat pendidikan masyarakat dan kesadaran memenuhi kebutuhan nilai gizi.

Pemasaran merupakan faktor yang sangat penting untuk menentukan kelangsungan hidup peternak karena apabila telur yang diproduksi tidak dapat dipasarkan tentunya akan mengakibatkan kerugian bagi peternak dan usaha tersebut tidak berjalan dengan lancar. Beberapa aspek paling mendasar yang harus diketahui dan dipertimbangkan salah satunya adalah aspek pemasaran hasil produksi. Berhasil atau tidaknya dalam mencapai tujuan bisnis tergantung pada keahlian dibidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun dibidang lain. Tujuan dari pemasaran adalah agar barang yang diproduksi sampai kekonsumen tepat waktu dan dengan harga yang sesuai.

Tujuan praktek kerja lapangan ini adalah untuk mengetahui dan mempraktekkan budidaya ayam petelur dan pelaksanaan bauran pemasaran yang meliputi perencanaan produk, penentuan harga, distribusi, dan promosi. Manfaat yang diperoleh dari praktek kerja lapangan ini adalah untuk menambah pengalaman, wawasan serta keterampilan manajemen peternakan ayam petelur khususnya pelaksanaan bauran pemasaran serta dapat membandingkan antara teori yang didapatkan diperkuliahan dengan praktek dilapangan.