

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor peternakan sebagai salah satu sektor ekonomi termasuk sektor yang sangat potensial dalam memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional, baik dari segi pendapatan maupun penyerapan tenaga kerja. Peranan sektor peternakan dalam pembangunan nasional sudah tidak perlu diragukan lagi. Di samping itu, usaha dalam sektor peternakan akan selalu berjalan selama manusia masih memerlukan makanan untuk mempertahankan hidup dan manusia masih memerlukan hasil peternakan sebagai bahan baku dalam kehidupannya.

Produk pangan hewani merupakan bahan pangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia selain pangan pokok berupa beras (Setiawan, 2006). Sudah sejak zaman dahulu masyarakat menyandingkan pangan pokok dengan pangan hewani dengan tujuan untuk meningkatkan gizi. Protein hewani ini memiliki fungsi penting dalam kehidupan sehari-hari manusia karena mengandung berbagai asam amino yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kecerdasan manusia. Peranan yang seperti ini tidak dapat digantikan oleh sumber protein nabati (Mingyang, 2016a; 2016b). Pangan hewani (daging, susu dan telur) sebagai sumber protein berfungsi untuk kecerdasan, memelihara stamina tubuh, mempercepat regenerasi sel dan menjaga sel darah merah (eritrosit) agar tidak mudah pecah (Cotton, 2004; Diana, 2009; Holfman and Falyo, 2004; Schultz, 2017). Untuk memenuhi kebutuhan protein hewani dan peningkatan income bagi peternak, maka pemerintah bersinergi dengan para peternak dalam mewujudkan pendayagunaan

sebagian besar komoditi ternak, maka dikembangkanlah usaha peternakan. Salah satu peternakan yang dikembangkan adalah peternakan ayam petelur (Ardhiana dkk., 2014). Pembangunan sektor peternakan dalam mewujudkan program pembangunan peternakan secara operasional diawali dengan penataan kawasan melalui pendekatan sistem dan usaha agribisnis. Pembangunan kawasan agribisnis berbasis peternakan merupakan salah satu alternatif program terobosan yang diharapkan dapat menjawab tantangan dan tuntutan pembangunan peternakan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Kasim dkk., 2011). Menurut Arifin (2009) sektor peternakan harus dikembangkan sebagaimana prinsip agribisnis secara modern yang mengelola suatu unit usaha dari hulu ke hilir dengan meningkatkan keterkaitan antar komponen dan subsistem yang membangun suatu unit usaha agribisnis secara utuh. Produksi dan pengembangan ayam petelur diharapkan mampu mencukupi pemenuhan produksi dalam negeri dan memperoleh keuntungan yang multi fungsi dari unit usaha, yang antara lain dapat mengoptimalkan jam kerja peternak, mengatasi masalah pengangguran karena keterbatasan pemilikan lahan dan dapat digunakan sebagai unit usaha sambilan (Parasdy dkk., 2013).

Sektor peternakan ayam petelur merupakan sektor yang penting, karena dari sektor inilah sebagian kebutuhan protein hewani bagi manusia terpenuhi, yaitu telur dan daging (Henry, 2014; Mohammed et al., 2013; Pasiakos et al., 2015). Oleh karena itu sektor peternakan ayam petelur harus ditangani secara sungguh-sungguh, sehingga dapat memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan manusia. Keberhasilan suatu peternakan ayam petelur sangat ditentukan oleh pemasaran (Hsu, 2011; Mohammed et al., 2013; Wilson and Wong, 2003).

Terdapat beberapa usaha peternakan yang tersebar di beberapa wilayah Tulungagung dan Blitar, salah satunya adalah UD. SELANJAR POULTRYSHOP. UD ini yang terletak di Dusun Pakel, Kecamatan Ngantru, Kabupaten Tulungagung. Usaha Dagang ini bergerak dibidang jual beli telur ayam ras, palawija, hingga pakan ternak, yang memiliki populasi 60.000 ekor ayam ras petelur. Harga telur yang fluktuaktif, dan juga harga kebutuhan faktor produksi yang terus meningkat membuat pemilik usaha dagang ini terus berupaya dalam manajemen usahanya agar tetap bisa bertahan di pasaran, untuk meningkatkan penjualan, memuaskan konsumen, bahkan untuk meminimalisir kerugian yang tinggi serta untuk bisa mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan studi lapangan dan mengambil judul “ Manajemen Pemasaran Telur di UD. SELANJAR POULTRYSHOP”.

## **1.2 Tujuan**

1. Mengetahui Manajemen Pemasaran yang dilakukan UD. SELANJAR POULTRYSHOP.
2. Mengetahui Kendala dan Solusi di dalam UD. SELANJAR POULTRYSHOP.

## **1.3 Manfaat**

### **1.3.1 Bagi Mahasiswa**

- a. Mahasiswa bisa mempraktekkan dan menerapkan ilmu pengetahuan perkuliahan secara langsung di lapangan kerja.
- b. Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan di lapangan kerja mengenai dunia kerja yang sesungguhnya.

c. Menambah relasi yang berguna untuk masa depan.

### **1.3.2 Bagi Lembaga Perguruan**

- a. Terciptanya hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu dapat menempatkan mahasiswa yang potensial untuk mendapatkan pengalaman kerja.

### **1.3.3 Bagi Instansi**

- a. Instansi dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang berwawasan akademik dari Kuliah Kerja Profesi (KKP) tersebut.
- b. Instansi dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat membutuhkan tenaga kerja/karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut.