

**STRATEGI PEMASARAN TELUR AYAM RAS
MENGUNAKAN METODE BAURAN PEMASARAN
DI CV BISCO FARM KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

Oleh

Delsi Veronica

RINGKASAN

CV Bisco Farm merupakan salah perusahaan yang bergerak di bidang peternakan ayam petelur. Tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan proses pemasaran telur CV Bisco Farm dan menganalisis strategi pemasaran telur ayam ras di CV Bisco Farm menggunakan metode bauran pemasaran 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir adalah dengan cara melakukan pengamatan, wawancara, dokumentasi dan pencatatan selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung. Data tersebut disajikan dalam bentuk uraian, tabel dan gambar untuk menjelaskan strategi pemasaran menggunakan metode bauran pemasaran pada CV Bisco Farm. Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) proses produksi yang dilakukan oleh CV Bisco Farm meliputi kegiatan pemeliharaan yaitu sanitasi kandang, pemberian dan perataan pakan ayam, pemberian vaksin dan vitamin serta kegiatan panen, 2) proses pemasaran yang dilakukan oleh CV Bisco Farm terdiri dari persiapan produk, rekaman permintaan serta jadwal pengiriman dan transportasi, 3) metode bauran pemasaran yang dilakukan adalah 4P yang meliputi *Product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Produk yang dijual memiliki keunggulan terdaftar NKV dan telah lulus uji laboratorium. Harga yang ditetapkan mengikuti harga Pinsar Petelur Nasional (PPN). Saluran distribusi yang digunakan adalah distribusi langsung dan saluran distribusi secara tidak langsung. Promosi yang dilakukan oleh CV Bisco Farm adalah dengan menawarkan secara langsung kerja sama untuk penjualan produk mereka kepada pengelola pasar-pasar modern dan calon konsumen lainnya.