LAPORAN RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS
USAHA PETERNAKAN AYAM PETELUR SECARA ORGANIK

RANCANG BANGUN BISNIS

Oleh :

Teguh Yudhotomo 20311288

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

YOGYAKARTA

2024

LAPORAN RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS
USAHA PETERNAKAN AYAM PETELUR SECARA ORGANIK

Ditulis dan di ajukan syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana
Strata-1 di jurusan manajemen.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika.
Universitas islam indonesia

Oleh :

Nama	: Teguh Yudhotomo
Nomor Mahasiswa	: 20311288
Jurusan	: Manajemen
Peminatan	: Pemasaran

PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir Rancang Bangun Bisnis ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar pustaka."

Yogyakarta, 11 Juli 2024

Penulis,



Teguh Yudhotomo

Rancang Bangun dan Implementasi Bisnis

Usaha Peternakan Ayam Petelur Secara Organik

Oleh :

Nama	: Teguh Yudhotomo
Nomor Induk Mahasiswa	: 20311288
Jurusan	: Manajemen
Peminatan	: Pemasaran

Yogyakarta 10 Juli 2024

Telah di setujui oleh

Dosen Pembinbing



(Dr. Drs. Sumadi M.Si)

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Senin, tanggal 05 Agustus 2024, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama	: Teguh Yudhotomo
No. Mahasiswa	20311288
Judul Tugas Akhir	: Laporan Rancang Bangun dan Implementasi Bisnis Usaha Peternakan Ayam Petelur Secara Organik
Pembimbing	: Sumadi, Drs., M.Si., Dr.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

Lulus Ujian Tugas Akhir

Tim Penguji:

Ketua Tim : Bagus Panuntun, S.E., M.B.A.

Anggota Tim : Sumadi, Drs., M.Si., Dr.

Yogyakarta, 14 Agustus 2024

Ketua Program Studi Manajemen,

Abdur Rafik, SE., M.Sc.
NIK. 133110105

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

LAPORAN RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS USAHA PETERNAKAN AYAM PETELUR SECARA ORGANIK

Disusun oleh : Teguh Yudhotomo

Nomor Mahasiswa : 20311288

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal:
Senin, 05 Agustus 2024

Penguji/Pembimbing TA : Sumadi, Drs., M.Si., Dr.

Penguji : Bagus Panuntun, S.E., M.B.A.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

LAPORAN RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS USAHA PETERNAKAN AYAM PETELUR SECARA ORGANIK

Teguh Yudhotomo

Prodi Manajemen

ABSTRAK

Peternakan merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian di Indonesia. Salah satu bentuk sektor ekonomi yang dapat didirikan yaitu peternakan ayam petelur Yudho's Farm. Tugas akhir ini berupa laporan implementasi dari pelaksanaan rancang bangun bisnis. Pendirian bisnis Yudho's Farm di latar belakangi dengan adanya keresahan yang dihadapi oleh konsumen terkait harga telur yang semakin meningkat dan kualitas telur yang tidak stabil. Selain itu, permasalahan yang dihadapi oleh penulis yaitu kesulitan dari segi perawatan dan efisiensi biaya. Perawatan ayam tergolong cukup sulit dan biaya yang cukup mahal seperti biaya untuk vaksin, obat-obatan serta biaya perawatan apabila ayam sedang sakit.

Dengan permasalahan yang ada, Yudho's Farm berniat untuk melakukan inovasi yaitu penggunaan herbal organik. Berdasarkan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan herbal organik pada ayam berfungsi untuk menjaga kesehatan ayam, meningkatkan produktivitas dan meningkatkan kualitas telur. Selain itu, dampak yang dirasakan dari penggunaan herbal organik yaitu dapat menghemat biaya operasional karena bahan herbal yang digunakan termasuk bahan alami yang mudah didapat dan murah serta dapat menggantikan fungsi vaksin.

Yudho's Farm berlokasi di Cilacap Jawa Tengah. Pengamatan dan pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi selama 6 bulan. Pendistribusian produk Yudho's Farm dilakukan secara offline ke masyarakat dan pemesanan dapat dilakukan secara online melalui media sosial yaitu whatsapp. Pemasaran yang dilakukan yaitu melalui penjualan ke toko kelontong untuk sampai ke konsumen.

Permasalahan yang dihadapi selama pelaksanaan bisnis ini yaitu keterlambatan dalam penyiapan produk dan pemasaran ke konsumen karena keterbatasan sumber daya manusia serta modal yang kurang memadai.

Kata Kunci : Herbal organik, inovasi produk, pemasaran, peternakan, rancang bangun bisnis

BUSINESS DESIGN AND IMPLEMENTATION REPORT

ORGANIC LAYER FARMING BUSINESS

Teguh Yudhotomo

Management Study Program

ABSTRACT

Livestock is one of the important sectors in the Indonesian economy. One form of economic sector that can be established is Yudho's Farm laying hens farm. This final project is an implementation report of the business design implementation. The establishment of Yudho's Farm business was motivated by the unrest faced by consumers regarding the increasing price of eggs and the unstable quality of eggs. In addition, the problems faced by the author are difficulties in terms of maintenance and cost efficiency. Chicken care is quite difficult and quite expensive, such as the cost of vaccines, medicines and maintenance costs if the chicken is sick.

With the existing problems, Yudho's Farm intends to make an innovation, namely the use of organic herbs. Based on previous research, it shows that the use of organic herbs in chickens serves to maintain chicken health, increase productivity and improve egg quality. In addition, the impact felt from the use of organic herbs is that it can save operational costs because the herbal ingredients used include natural ingredients that are easily available and cheap and can replace the function of vaccines.

Yudho's Farm is located in Cilacap, Central Java. Observation and data collection were carried out by observation for 6 months. Yudho's Farm product distribution is carried out offline to the community and orders can be made online through social media, namely whatsapp. Marketing is done through sales to grocery stores to reach consumers.

The problems faced during the implementation of this business are delays in product preparation and marketing to consumers due to limited human resources and inadequate capital.

Keywords: Animal husbandry, business design, marketing, organic herbs, product inovation

MOTO

"Kemenangan datang dari peluang yang ditemukan dalam masalah"

“Sun Tzu (Seni Perang)”

“Fortis Fortuna Adiuvat”

“Tey”

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

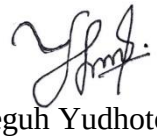
Alhamdulillahirabbi'laalamiin, segala puji syukur atas rahmat dan karunia Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis yang berjudul "Usaha Peternakan Ayam Petelur Secara Organik". Penulisan tugas akhir ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Dan Informatika Universitas Islam Indonesia. Penulis sangat menyadari bahwa keberhasilan penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yuang selalu melimpahkan rahmat, hidayah serta memberikan kelancaran dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Orang tua dan kakak yang selalu memberikan dukungan serta doa yang selalu diberikan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Drs. Sumadi M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan masukan, motivasi dan meluangkan waktu dalam membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Terima kasih kepada teman-teman yang selalu memberikan support

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun penulis dapat diterima dengan kerendahan hati. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan.

Wassalamualaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Yogyakarta, 2024



Teguh Yudhotomo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Model Bisnis 4
1.4 Manfaat 4
1.5 Ruang Lingkup 4
1.6 Sistematika Laporan 4
BAB II PERENCANAAN BISNIS **6**
2.1 Profil Perusahaan 6
2.2 Produk dan Konsep Bisnis 7
2.3 Model Bisnis 8
2.3 Aspek Operasi 13
2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran 15
2.5 Aspek Organisasi dan SDM 19
2.6 Aspek Keuangan 19
2.7 Aspek Risiko dan Strategi Keluar 20
BAB III LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN **22**
3.1 Profil Bisnis 22
3.2 Tinjauan Aspek Produksi 26
3.3 Tinjauan Aspek Pemasaran 29

3.4 Tinjauan Aspek Organisasi/SDM 30
3.5 Tinjauan Aspek Keuangan 31
BAB IV PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH 33
4.1 Pembahasan 33
4.2 Tinjauan Teoritis 36
4.3 Permasalahan Yang Dihadapi 39
4.4 Pemecahan Masalah 40
4.5 Keberlanjutan Usaha 42
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLEMENTASI 43
5.1 Kesimpulan 43
5.2 Implementasi 43
DAFTAR PUSTAKA 45
LAMPIRAN 47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.3 Logo Perusahaan 6
Gambar 3.1.5 Kandang Uji Coba 24
Gambar 3.2.1 Kandang Ayam 27
Gambar 3.2.2 Telur yang telah dipanen 28
Gambar 3.2.2 Telur yang siap dipasarkan 29
Gambar 3.3 Brosur promosi 30

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah ayam petelur di 5 Kabupaten Wilayah Banyumas tahun 2023 2
Tabel 2.3 Bisnis Model Canvas..... 9
Tabel 3.1.4 Perkembangan harian peternakan ayam petelur..... 22
Tabel 3.1.5 Daya tahan ayam..... 24
Tabel 3.1.5 Produksi telur..... 25
Tabel 3.5 Laporan aliran kas..... 31
Tabel 3.5 Laporan laba rugi..... 31
Tabel 4.1 Vaksin..... 33
Tabel 4.1 Obat-obatan..... 33
Tabel 4.1 Biaya bahan herbal..... 34
Tabel 4.1 Analisis payback period..... 36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Pembuatan kandang ayam 47
Lampiran 1. 2 Pembelian ayam 48
Lampiran 1. 3 Pembuatan penyaringan air 49
Lampiran 1. 4 Pembelian pakan 50
Lampiran 1. 5 Pembelian pakan 51

Lampiran 2. 1 Pemeliharaan ayam 52
Lampiran 2. 2 Pembuatan ramuan herbal organik 53
Lampiran 2. 3 Pengambilan dan absen telur 54
Lampiran 2. 4 Telur yang telah dipanen 55
Lampiran 2. 5 Penjualan telur 56

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peternakan merupakan salah satu sektor yang penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor peternakan ini termasuk sub sektor dari sektor pertanian. Pembangunan pertanian pada sektor peternakan sebagai penunjang kebutuhan protein hewani yang merupakan kebutuhan dasar manusia perlu dimaksimalkan sehingga dapat memberikan tambahan terhadap pendapatan peternak (Ibrahim, 2016). Adapun peran penting dari sektor peternakan dalam memenuhi kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan pangan serta untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Muhdiantini *et al*., 2023).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kualitas konsumsi pangan adalah pendapatan dan pendidikan, yang dapat dikategorikan sebagai karakteristik sosial ekonomi. Peningkatan tingkat ekonomi seseorang akan mempengaruhi gaya hidupnya, termasuk dari pemilihan makanan (Suryana *et al*., 2019). Pemilihan makanan yang tepat dapat digunakan untuk memastikan ketersediaan konsumsi pangan yang berasal dari sumber protein hewani, salah satunya adalah telur. Telur merupakan makanan yang paling sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia karena memiliki kandungan protein, asam amino dan gizi yang tinggi (Dananjaya, 2020).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, telur ayam termasuk bahan pangan sempurna yang mengandung zat gizi seperti protein sebesar 12.8 % dan lemak sebesar 11.8 %. Dalam 100 gram telur utuh juga mengandung vitamin A sebesar 327.0 SI dan mineral sebesar 256.0 mg. Telur juga memiliki kandungan protein bermutu tinggi karena terdiri dari susunan asam amino esensial yang lengkap sehingga memiliki nilai biologis yang tinggi sebesar 100 % (Wulandari & Arief, 2022). Adapun telur pilihan terbaik untuk memenuhi kebutuhan protein hewani adalah telur ayam ras dikarenakan memiliki harga yang terjangkau, mudah ditemukan dan memiliki rasa yang baik (Wibowo, 2019).

Di Indonesia, jenis peternakan yang paling umum dilakukan adalah peternakan ayam (Toelle, 2014). Selain itu, jenis industri peternakan ayam yang cukup diminati adalah peternakan ayam ras petelur. Hal ini dikarenakan peternakan ayam ras petelur termasuk salah satu sektor agribisnis yang memiliki prospek kerja yang bagus, sehingga banyak orang memilih pekerjaan menjadi peternak ayam petelur (Faizun, 2023). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), total rata-rata konsumsi telur ayam ras di Cilacap pada tahun 2021 sebesar 1.999 Ton dan pada tahun 2022 sebesar 2.538 Ton. Angka tersebut tergolong masih rendah apabila dibandingkan dengan wilayah yang telah maju. Di sisi lain, perkembangan peternakan ayam petelur di sekitar Kabupaten Cilacap memiliki perbandingan jumlah ayam sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah ayam petelur di 5 Kabupaten Wilayah Banyumas tahun 2021

Kabupaten	**Ayam Petelur (Ribu)**	
	2020	**2021**
Cilacap	305,70	220,71
Banyumas	1.483,84	1.498,68
Purbalingga	956,00	965,56
Banjarnegara	547,85	553,32
Kebumen	109,96	120,00

Berdasarkan hasil data di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar jumlah peternak ayam petelur di daerah Kabupaten Cilacap dan sekitarnya terus mengalami peningkatan. Oleh karena itu, dengan adanya peningkatan tersebut menyebabkan banyak masyarakat memilih untuk membuka usaha sebagai peternak ayam petelur dikarenakan usaha tersebut memiliki perputaran modal yang cepat dan harga telur yang relatif terjangkau (Mulyani & Satriani, 2013). Peningkatan jumlah ayam petelur yang semakin besar juga sebanding dengan rata-rata konsumsi telur yang semakin meningkat (Dananjaya, 2020). Selain itu, usaha ayam petelur memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani serta memperbaiki taraf hidup peternak. Keuntungan dari usaha ayam petelur yaitu permintaan telur yang tinggi, pangsa pasar yang luas, waktu panen yang

cepat, produktivitas tinggi dan kotoran yang bernilai ekonomis (Lumenta *et al*., 2022). Sedangkan kelemahan dari usaha ayam petelur adalah tingginya biaya produksi seperti biaya pakan sebesar 83,58% dari total biaya produksi yang dikeluarkan oleh peternak dalam satu periode. Selain itu, modal yang dikeluarkan untuk usaha peternakan ayam petelur juga sangat besar seperti pembuatan kandang dan pembelian ayam (Ajizah *et al*., 2018).

Beberapa usaha yang dilakukan untuk menekan biaya produksi yaitu dengan cara pemberian ramuan herbal sebagai pengganti vaksin dan vitamin. Pemberian ramuan herbal pada ternak ayam petelur termasuk upaya yang digunakan untuk mengurangi biaya produksi, sehingga keuntungan yang didapatkan lebih besar. Namun, dalam menjalankan usaha peternakan ayam petelur, banyak dijumpai permasalahan terkait bagaimana cara melakukan perawatan ayam dengan baik sehingga tidak banyak mengalami kerugian. Kebanyakan para pelaku usaha peternakan ayam petelur tidak melakukan pengembangan dari segi perawatan dan efisiensi, seperti pemberian vaksin dan vitamin (Agustina *et al*., 2017). Dengan demikian usaha ini dilakukan pengembangan dan inovasi peternakan ayam petelur dengan menggunakan bahan organik yaitu ramuan herbal. Ramuan herbal yang digunakan juga memiliki berbagai khasiat yaitu mampu mencegah penyakit akibat virus (flu burung). Penggunaan ramuan herbal pada ayam petelur diharapkan dapat menekan kematian, meningkatkan produksi telur, memperbaiki kualitas interior telur seperti warna kuning telur, dan cangkang telur serta memperpanjang penyimpanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah pemberian herbal organik kepada ayam petelur bernilai ekonomis?
2. Apakah pemberian herbal organik kepada ayam petelur dapat meningkatkan produktivitas telur?
3. Apakah secara ekonomis usaha ini layak atau tidak?

1.3 Tujuan Model Bisnis

1. Untuk mengetahui nilai ekonomis dari pemberian herbal organik terhadap usaha peternakan ayam petelur
2. Untuk mengetahui pengaruh herbal organik terhadap produktivitas ayam petelur
3. Untuk mengetahui secara ekonomis usaha peternakan ayam petelur secara herbal organik layak atau tidak

1.4 Manfaat

Dengan adanya produk telur ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan telur yang murah serta berkualitas. Hal ini dikarenakan penggunaan ramuan herbal organik dapat mempengaruhi kesehatan ayam sehingga produktivitas telur yang dihasilkan semakin baik dan berkualitas serta dapat menghemat biaya operasional dari penggunaan vaksin yang digantikan oleh ramuan herbal organik. Selain itu juga memperkenalkan inovasi produk ke pasar.

1.5 Ruang Lingkup

Kegiatan yang dilakukan oleh Yudho’s Farm dimulai dari pembuatan kandang, pembelian ayam ras petelur, pembelian pakan, pemeliharaan dan proses produksi seperti pemberian makan, minum, vitamin, menjaga kebersihan kandang dan pembuatan herbal organik. Kemudian setelah proses produksi selesai, telur yang telah disiapkan akan di promosikan kepada masyarakat melalui social media.

1.6 Sistematika Laporan

1.6.1 Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan akan menjelaskan terkait latar belakang pendirian Yudho’s Farm, rumusan masalah, tujuan dan manfaat. Bagian latar belakang menjelaskan alasan serta peluang munculnya ide bisnis ini. Pada bagian tujuan dan manfaat menjelaskan tujuan dibuatnya bisnis dan dibagian manfaat menjelaskan manfaat penelitian yang dilakukan.

1.6.2 Analisis dan Perencanaan Bisnis

Pada bagian analisis dan perancangan bisnis ini akan berisi rancangan-rancangan yang dibuat dalam pelaksanaan bisnis Yudho’s Farm. Ini berisi profil usaha, model bisnis, aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, aspek keuangan serta analisis risiko dan strategi keluar.

1.6.3 Laporan Pelaksanaan Kegiatan

Pada bagian laporan pelaksanaan kegiatan ini berisi laporan realisasi bisnis Yudho’s Farm yang telah dijalankan dan dilaporkan berdasarkan masing-masing aspek yang mencakup aspek pemasaran, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan.

1.6.4 Identifikasi dan Penyelesaian Masalah

Identifikasi dan penyelesaian masalah ini berisi hasil evaluasi permasalahan yang terjadi selama bisnis dijalankan. Di dalamnya juga ada tinjauan teoritis yang membantu penulis menentukan penyelesaian dari masalah yang ada dan keberlangsungan bisnis yang dijalankan.

1.6.5 Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada bagian kesimpulan dan rekomendasi ini berisi hasil yang didapatkan selama pelaksanaan bisnis serta rekomendasi dan saran bagi pelaku bisnis serupa.

1.6.6 Daftar Pustaka

Daftar pustaka berisi sumber rujukan yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.

1.6.7 Lampiran

Dalam lampiran akan dicantumkan foto-foto selama kegiatan rancang bangun bisnis dijalankan

BAB II

PERENCANAAN BISNIS

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Nama dan Alamat Bisnis

Nama Perusahaan	Yudho’s Farm
Alamat	Yudho’s Farm berlokasi di Cilacap. Tepatnya di Jalan Mujaer RT 11 RW 1 Desa Sikampuh Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap

2.1.2 Nama dan Alamat Pemilik Bisnis

Nama Pemilik	Teguh Yudhotomo
Alamat Pemilik	Jalan Mujaer RT 11 RW 1Desa Sikampuh Kecamatan Kroya Kabupaten Cilacap Jawa Tengah

2.1.3 Logo Perusahaan



Gambar 2.1.3 Logo Perusahaan

2.1.4 Visi

Visi dari perusahaan Yudho’s Farm adalah sebagai berikut :

- Memperkenalkan dan mempertahankan kualitas produksi telur yang berkualitas, sehat dan bergizi sehingga lebih menarik dan diminati oleh masyarakat.

2.1.5 Misi

Misi dari perusahaan Yudho’s Farm adalah sebagai berikut :

- Memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki dengan sebaik-baiknya
- Mencari pemasok dengan harga terjangkau
- Menjaga kualitas produksi telur
- Mengembangkan produksi peternak telur dengan menggunakan bahan herbal organik

2.2 Produk dan Konsep Bisnis

Produk utama yang dihasilkan oleh Yudho's Farm yaitu telur ayam. Namun, telur yang dihasilkan bukan sekedar telur biasa. Tetapi melalui pengembangan inovasi menggunakan bahan herbal organik. Usaha peternakan ayam petelur terdengar cukup mudah, namun memiliki banyak keahlian yang diperlukan. Keahlian yang dimaksud yaitu terkait pemeliharaan seperti cara merawat ayam. Telur termasuk dalam kebutuhan pokok harian karena selain mudah diolah, telur juga dapat dibuat sebagai bahan campuran dan berbagai macam olahan. Yudho's Farm menjual telur yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Produk yang akan dijual menyesuaikan dengan tingkat konsumsi masyarakat Indonesia yang masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan karena telur yang dijual dipasaran tergolong masih mahal. Oleh karena itu, perlu dilakukan pemerataan penjualan telur di Indonesia supaya masyarakat dapat mengkonsumsi telur ayam dengan harga yang terjangkau. Dengan adanya permasalahan tersebut, Yudho's Farm memproduksi telur dengan jumlah yang

cukup untuk dijual kepada masyarakat melalui toko kelontong yang ada disekitar tempat produksi.

2.3 Model Bisnis

Bisnis Model Canvas (BMC) ialah bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Ini terdiri dari 9 bagian aktivitas bisnis, yang memiliki tujuan menentukan strategi untuk membangun bisnis yang kuat supaya dapat bersaing dan sukses dalam jangka panjang (Kusriyanti, 2020). Model bisnis yang akan digunakan pada bisnis ini ialah :

Tabel 2.3 Bisnis Model Canvas

<table>
<tr><th colspan="5">Business Model Canvas</th></tr>
<tr><td>Key Partners</td><td>Key Activities</td><td>Value Propositions</td><td>Customer Relationships</td><td>Customer Segments</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Toko Kelontong
Tukang Pembuat Kandang
Penjual Ayam
Penjual Pakan</td><td>Pemeliharaan ayam (pemberian makan, minum, vitamin dan herbal)
Pembelian pakan
Pembersihan kandang
Membuat ramuan herbal
Mangabsen telur
Mengambil telur dan menyiapkan untuk dijual</td><td rowspan="3">Harga terjangkau
Bersih
Durasi penyimpanan lama
Berkualitas
Menggunakan ramuan herbal organik</td><td>Memberikan harga yang terjangkau
Menjual telur yang bersih
Membuat kemasan yang menarik
Memberikan potongan harga</td><td rowspan="3">Seluruh masyarakat
Ibu rumah tangga
Toko kelontong</td></tr>
<tr><td>Key Resources</td><td>Channels</td></tr>
<tr><td>Owner
Pekerja
Infrasktuktur</td><td>Promosi melalui media sosial
Penjualan secara langsung</td></tr>
<tr><td colspan="3">Cost Structure</td><td colspan="2">Revenue Streams</td></tr>
<tr><td colspan="3">Fixed cost
Variabel cost</td><td colspan="2">Penjualan telur
Penjualan pupuk
Penjualan ayam yang sudah tidak bertelur (afkir)</td></tr>
</table>

2.2.1 *Value Proposition*

Value proposition merupakan cara memperkirakan kebutuhan customer berdasarkan customer segment (Kusriyanti, 2020). Dalam hal ini, Yudho's Farm menawarkan *value proposition* berupa penyediaan telur dengan harga yang murah dibanding dengan para pesaing lain. Hal ini dikarenakan produk tersebut menggunakan ramuan herbal organik yang mudah didapat sebagai pengganti vaksin.

2.2.2 *Customer Segments*

Customer segments yaitu cara menentukan segmen target customer yang akan disasar berdasarkan kategori denmografi, geografi, dan psikologi (Kusriyanti, 2020). seluruh masyarakat di desa Sikampuh khususnya ibu rumah tangga. Hal ini selaras dengan karakteristik dari masyarakat yang cenderung sering membuat masakan dari olahan telur. *Customer segments* dari produk ini juga cukup luas dikarenakan produk yang dijual termasuk kebutuhan pokok sehari- hari.

2.2.3 *Customer Relationship*

Customer relationship merupakan cara mendefinisikan hubungan antara sektor usaha dengan konsumen (Kusriyanti, 2020). Dalam hal ini, Yudho's Farm melakukan beberapa upaya untuk antara lain:

a. Memberikan harga telur yang terjangkau

Harga terjangkau yang dimaksud yaitu harga yang ditawarkan lebih murah daripada pesaing yang ada sehingga *customer* sering berlangganan dari produk yang ditawarkan.

b. Memberikan diskon atau potongan harga

Penawaran diskon atau potongan harga yang diberikan berupa potongan sebesar Rp. 1000 per Kg apabila *customer* dapat membeli telur lebih dari 10 Kg.

c. Menyediakan telur yang bersih dan berkualitas

Dengan menyediakan telur yang bersih dan berkualitas, hal ini dapat digunakan sebagai upaya untuk menarik minat *customer* dalam membeli produk.

2.2.4 *Channels*

Channels merupakan sarana yang dapat digunakan perusahaan untuk menjangkau konsumen (Kusriyanti, 2020). Melihat dari gaya hidup masyarakat yang sering menggunakan sosial media, Yudho's Farm akan melakukan promosi dan penjualan secara *online* melalui media sosial sehingga cara tersebut nantinya akan dimanfaatkan untuk menjangkau *customer.* Adapun media sosial yang akan digunakan oleh Yudho's Farm dalam penjualan produknya yaitu *whatsapp*.

2.2.5 *Key Activities*

Key Activities merupakan kegiatan aktivitas bisnis yang dijalankan sehari – hari supaya dapat mencapai *value proposition* (Kusriyanti, 2020). Adapun kegiatan usaha yang dilakukan Yudho's Farm yaitu dimulai dari pembuatan kandang dan pembelian ayam, kemudian dilakukan proses produksi yang berupa pemeliharaan hingga menyiapkan produk untuk siap dipasarkan, serta penjualan kepada *customer*.

2.2.6 *Key Resources*

Key resources merupakan sumber daya utama perusahaan yang digunakan sebagai alat atau asset yang dimiliki untuk menunjang aktivitas perusahaan (Kusriyanti, 2020). Adapun *key resources* yang dimiliki antara lain :

a. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia merupakan bagian dari *key resources* yang paling penting. Sebuah perusahaan tidak dapat berkembang ataupun maju apabila aspek dari sumber daya manusia yang dihasilkan buruk. Dalam hal ini, saya selaku *owner* dari Yudho's Farm berupaya untuk

mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada dengan melakukan pelatihan dan pengembangan supaya karyawan dapat bekerja dengan maksimal.

b. *Supplier*

Pemilihan *supplier* atau pemasok yang tepat sangat penting supaya mendapatkan kualitas pakan yang baik dan harga yang terjangkau karena melihat tingginya harga pakan yang dijual oleh pabrik - pabrik pakan. Dalam hal ini, Yudho's Farm berencana akan melakukan kerjasama dengan *supplier* untuk mendapatkan pakan dengan harga yang lebih terjangkau.

2.2.7 *Key Partners*

Key partners merupakan mitra atau usaha untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan lain (Kusriyanti, 2020). Hal ini dikarenakan, dalam sebuah bisnis pasti membutuhkan partner kerja yang mendukung perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mencari mitra kerja yang baik untuk membantu dalam mencapai tujuan perusahaan.
Adapun beberapa pihak yang dapat dijadikan *key partners* antara lain :

a. PT. Pioneer Purbalingga

Dasar utama dari usaha peternakan ayam petelur adalah pembelian ayam dengan kualitas yang baik. Dalam hal ini, diperlukan pembelian ayam dengan PT. Pioneer Purbalingga untuk menunjang berjalannya usaha peternakan ayam petelur. Yudho's Farm menjalin kerja sama dengan PT. Pioneer Purbalingga dalam pembelian ayam dikarenakan PT. Pioneer Purbalingga termasuk perusahaan besar yang bergerak dibidang peternakan ayam yang menjual dengan kualitas terbaik.

b. Toko penjual pakan

Dalam usaha peternakan ayam petelur, pakan memiliki peran penting dalam industri peternakan ayam. Selain itu, untuk mendukung keberhasilan peternakan ayam maka diperlukan penyediaan pakan yang

berkualitas baik dari komposisi serta harga yang terjangkau. Hal ini dikarenakan, kebanyakan harga pakan dari pabrik tergolong mahal. Oleh karena itu, Yudho's Farm berencana akan melakukan kerja sama dengan penjual pakan. Kerja sama ini dilakukan dalam bentuk pengadaan pakan ayam campuran yang sesuai dengan keinginan pembeli.

c. Tukang

Untuk menjaga kandang agar tetap baik, Yudho's Farm berencana akan melakukan bekerja sama dengan tukang pembuat kandang untuk melakukan *maintenance* kandang ayam agar kandang tetap terjaga.

2.2.8 *Cost Structure*

Cost structure merupakan skema secara finansial yang dapat membiayai operasional perusahaan (Kusriyanti, 2020). Hal ini termasuk berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan aktivitas perusahaan serta berapa biaya yang digunakan untuk sumber daya yang dipakai serta berapa biaya dari pemasaran produk. *Cost structure* dalam usaha Yudho's Farm adalah biaya tetap dan biaya variabel.

2.2.9 *Revenue Streams*

Revenue Stream merupakan jalur penerimaan uang yang akan diterima dari setiap customer segment (Kusriyanti, 2020) Dalam hal ini, sumber pendapatan utama dari Yudho's Farm yaitu dari penjualan telur. Selain itu, terdapat sumber pendapatan lain yang diperoleh yaitu dari penjualan pupuk kotoran ayam.

2.3 Aspek Operasi

2.3.1 *Back Stage*

Kegiatan dalam *back stage* dalam konteks dramaturgi sosial merupakan kegiatan dimana individu atau organisasi mempersiapkan pertunjukan mereka (Septyani A S & Hafiar H, 2024). Dalam konteks bisnis, yang dilakukan oleh Yudho's Farm yaitu melakukan pembuatan kandang, pembelian ayam, pemeliharaan ayam, pembelian pakan serta

vitamin, proses pengambilan telur, pembersihan dan mempersiapkan telur untuk dijual.

Proses pembuatan kandang ini termasuk tahap yang penting karena dapat mempengaruhi produktivitas dan kesehatan ayam. Oleh karena itu, pembuatan kandang harus dilakukan dengan baik. Selanjutnya yaitu pembelian ayam. Pemilihan ayam yang baik juga sangat berpengaruh karena akan menjadi dasar untuk kesuksesan peternakan ayam.

Pembelian pakan ayam petelur termasuk kunci untuk menjaga kesehatan dan produktivitas dari telur ayam. Komposisi dalam pembelian pakan perlu diperhatikan untuk mendukung produktivitas ayam. Namun, para peternak ayam petelur banyak yang mengeluh karena harga jual pakan dari keluaran pabrik terus menjulang tinggi. Dalam hal ini, Yudho's Farm berencana akan menjalin kerja sama dengan penjual pakan ayam untuk membuat pakan dengan campuran sendiri supaya harga yang dijual lebih murah.

Selanjutnya yang tak kalah penting yaitu proses pemeliharaan. Pemeliharaan ini berupa pemberian pakan dan minum setiap pagi dan siang hari, dan pemberian vitamin. Selain itu,Yudho's Farm berencana untuk menggunakan ramuan herbal organik sebagai pengganti vaksin. Penggantian vaksin dengan ramuan herbal organik ini diharapkan dapat menghemat biaya operasi dan menyehatkan ayam, sehingga ayam dapat bertelur dengan maksimal. Selanjutnya, kegiatan *back stage* lainnya adalah pengambilan telur dan pembersihan telur.

Pengambilan telur dilakukan pada pagi menjelang siang hari setelah ayam bertelur, kemudian dilanjutkan dengan pembersihan telur dari kotoran. Pembersihan kotoran dilakukan karena melihat produk pesaing yang ada di pasaran banyak yang masih kotor. Setelah dibersihkan, telur disusun pada kotak telur dan siap untuk dipasarkan.

2.3.2 *Front Stage*

Front stage dalam konteks dramaturgi sosial merupakan kegiatan dimana individu atau organisasi berperan sebagai pemeran yang menampilkan diri dihadapan publik (Septyani A S & Hafiar H, 2024). Dalam konteks bisnis, kegiatan *front stage* yang dilakukan oleh Yudho's Farm yaitu penjualan langsung ke warung – warung kelontong. Dari kegiatan ini, maka akan terjadi interaksi langsung dengan pelanggan yang sekaligus dapat mempromosikan secara langsung dan dapat menerima masukan dari pelanggan.

Selain itu, kegiatan *front stage* lainnya yaitu promosi dan penjualan melalui media sosial. Penggunaan media sosial ini akan digunakan sebagai media promosi serta melakukan pemesanan produk melalui media *online* yaitu *whatsapp*.

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

2.4.1 Aspek pasar

Sebagian besar orang memilih telur sebagai salah satu komoditas peternakan untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Kebutuhan telur di Indonesia masih tergolong cukup tinggi dikarenakan sebagian besar masyarakat memilih telur sebagai salah satu sumber protein yang mudah didapat.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa total rata-rata konsumsi telur ayam ras di Cilacap pada tahun 2021 sebesar 1.999 Ton dan pada tahun 2022 sebesar 2.538 Ton. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumsi telur di daerah Cilacap masih tergolong rendah. Namun demikian, seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan bergizi, banyak masyarakat memilih bahan makanan bergizi yang mudah didapat dan dapat diolah menjadi berbagai macam olahan sehingga telur sebagai salah satu pilihan utama oleh masyarakat dalam pemenuhan gizi dan kebutuhan sehari – hari.

Adapun target pasar yang akan ditetapkan yaitu untuk seluruh masyarakat khususnya ibu rumah tangga dengan menggunakan penyaluran distribusi melalui toko kelontong. Selain itu, tingkat persaingan dari produk ini tergolong cukup tinggi. Hal ini dikarenakan peternakan ayam petelur di daerah Cilacap selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun, para peternak hanya sekedar beternak saja tanpa memperhatikan aspek penting lainnya seperti penghematan biaya dan melakukan pengembangan inovasi baru. Oleh karena itu, Yudho's Farm mengambil langkah baru dengan melakukan inovasi yaitu penggunaan ramuan herbal organik sebagai pengganti vaksin.

2.4.2 Aspek Pemasaran

1. *Segmentation*

   Segmentation merupakan proses mengelompokkan kelompok yang heterogen secara keseluruhan ke kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku, dan reaksi terhadap program-program yang ditujukan untuk tujuan tertentu (Septyani A S & Hafiar H, 2024). Dalam hal ini, Yudho's Farm memiliki segmentasi pelanggan yaitu dari keluarga atau rumah tangga di Desa Sikampuh. Produk ini akan dijual ke toko-toko kelontong sebagai pengecer untuk sampai ke konsumen akhir. Segmentasi ini didasarkan pada perilaku konsumen di Desa yang menginginkan produk dengan harga yang murah namun juga berkualitas.

2. *Targeting*

   Targeting merupakan kegiatan menentukan pasar sasaran dalam memilih satu atau lebih segmen yang akan dilayani (Sani S A & Aslami N, 2022). Target pelanggan dari usaha ini yaitu ibu rumah tangga yang menginginkan produk dengan harga murah serta berkualitas baik. Selain itu, telur juga termasuk kebutuhan harian yang dapat dijadikan sebagai olahan makanan oleh ibu – ibu rumah tangga.

3. *Positioning*

Positioning merupakan cara perusahaan dalam menjelaskan posisi produk mereka dengan memberi kesan atau pandangan dari suatu segmen pasar terhadap produk yang dipasarkan (Sani S A & Aslami N, 2022). Dengan kata lain, *positioning* digunakan untuk memenuhi keinginan konsumen sesuai dengan yang diharapkan. Dari segi *positioning*, produk dari Yudho's Farm menempaktan diri sebagai penyedia bahan pangan yang lebih ramah bagi kesehatan dan berkualitas namun dengan harga yang terjangkau dibandingkan pesaing.

4. *Marketing mix*

Marketing mix merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan sebagai sarana untuk menghasilkan respon pelanggan yang diinginkan atau kegiatan, tindakan serta taktik yang dapat digunakan perusahaan untuk memasarkan produk (Rahmi, 2020). Terdapat beberapa bauran pemasaran (*Marketing mix*) yang mengacu pada 4P yaitu P (*product*), P (*price*), P (*place*), P (*promotion*) antara lain :

4.1 Product

Product merupakan salah satu elemen penting yang digunakan dalam sebuah pemasaran yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian dari konsumen sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Rahmi, 2020). Selain itu, strategi produk juga dapat digunakan sebagai strategi pemasaran lainnya sehingga pembelian produk tidak hanya sekedar untuk memilih produk yang baik, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan yang sesuai dari konsumen. Produk yang ditawarkan oleh Yudho's Farm yaitu telur. Dalam hal ini, produk yang ditawarkan bukan hanya telur biasa, tetapi dengan perkembangan inovasi baru dari penggunaan ramuan herbal organik sehingga produk telur yang dihasilkan lebih berkualitas dengan durasi simpan yang lebih lama dan hemat biaya.

4.2 Price

Price merupakan faktor penentu dari pembelian sebuah produk dan menjadi unsur penting dalam menentukan tingkat keuntungan (Rahmi, 2020). Penetapan harga jual untuk produk telur didasarkan pada harga bursa yang ada di Kabupaten Cilacap sebagai acuannya. Harga bursa yang ada di Kabupaten Cilacap cepat berubah karena dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran telur serta harga pakan yang *fluktuatif*.

Dengan kata lain, para peternak tidak dapat memilih untuk menentukan harga jual produk mereka sendiri. Para peternak harus mencari alternatif supaya dapat memperoleh keuntungan yang tinggi apabila harga jual sedang turun. Cara yang dapat digunakan oleh peternak yaitu dengan melakukan penghematan biaya produksi.

Penentuan harga jual produk Yudho's Farm didasarkan pada harga jual pesaing. Harga jual yang ditetapkan ini berada di bawah harga jual pesaing. Sesuai dengan target pasar yang ditetapkan yaitu masyarakat desa yang pastinya lebih memilih harga yang paling ekonomis.

4.3 Place

Place merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan supaya produknya mudah didapatkan oleh konsumen (Rahmi, 2020). Semakin mudah konsumen mendapatkan produk yang diinginkan, maka penentuan *place* sebuah perusahaan berhasil. Adapun penjualan produk dari Yudho's Farm akan dilakukan menggunakan media *online* yaitu *whatsapp.* Dengan menggunakan media sosial maka konsumen akan lebih mudah dalam melakukan pemesanan. Selain itu, saluran distribusi yang digunakan yaitu melalui penjualan langsung ke toko kelontong untuk menjual sampai ke konsumen akhir.

4.4 Promotion

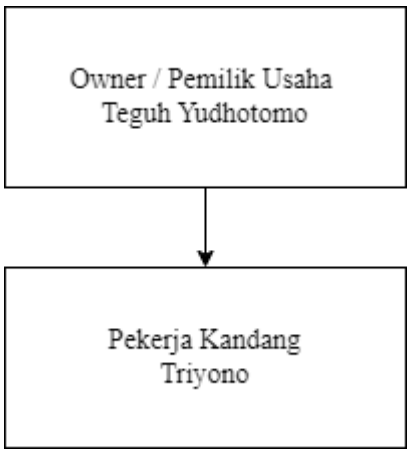
Promotion merupakan jenis komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi serta membujuk sasaran pasar untuk menerima dan membeli produk yang ditawarkan dari

perusahaan yang bersangkutan (Rahmi, 2020). Promosi yang digunakan oleh Yudho's Farm lebih mengutamakan secara *online* melalui *whatsapp* sekaligus untuk melakukan pemesanan. Adapun cara promosi lain yang digunakan yaitu melakukan interaksi secara langsung dengan pelanggan.

2.5 Aspek Organisasi dan SDM

Aspek organisasi merupakan unsur yang penting dalam perusahaan. Hal ini dikarenakan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan dapat berpengaruh pada kinerja perusahaan. Untuk saat ini, struktur organisasi yang ada di Yudho's Farm masih tergolong kecil. Komponen yang ada dalam struktur organisasi ini meliputi *owner* atau pemilik usaha sebagai pimpinan usaha dan pekerja kandang yang bertugas memelihara ayam, menyiapkan telur dan sampai menjualnya hingga ke konsumen.

Tabel 2.5 Struktur Perusahaan



2.6 Aspek Keuangan

Laporan laba rugi adalah perbandingan pendapatan terhadap beban pengeluarannya untuk menentukan laba atau rugi bersih. Laporan laba rugi harus dibuat dalam siklus operasi atau periode tertentu untuk mengetahui jumlah pendapatan (penjualan) dan biaya yang dikeluarkan untuk mengetahui apakah perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian. Laporan laba rugi ini dapat memberikan informasi tentang bagaimana perusahaan berakhir dalam jangka waktu tertentu (Kodong *et al*., 2019).

Dalam aspek keuangan, perlu memperhatikan pengelolaan laba rugi supaya bisnis dapat berjalan dengan baik dan memperoleh keuntungan yang tinggi. Aspek laba rugi yang dimaksud antara lain :

1. Pendapatan

   Pendapatan yang diperoleh Yudho’s Farm yaitu berasal dari penjualan telur ayam, pupuk kandang, serta penjualan ayam yang sudah tidak bertelur.
2. Biaya Produksi

   Biaya yang terkait dalam produksi usaha peternakan ayam petelur yaitu biaya pembelian pakan ayam, pemeliharaan dan perawatan ayam, pembuatan ramuan herbal organik, biaya listrik, dan biaya-biaya langsung lainnya.
3. Biaya Operasional

   Dalam menjalankan usaha peternakan ayam petelur, biaya operasional yang perlu di perhatikan antara lain biaya gaji pekerja, biaya transportasi, biaya promosi, dan biaya tidak langsung lainnya.

Apabila perusahaan dapat melakukan inovasi seperti membuat ramuan herbal organik sebagai pengganti vaksin. Dengan melakukan ini maka perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif yang tidak bisa ditiru oleh kompetitor seingga dapat bersaing di pasar.

2.7 Aspek Risiko dan Strategi Keluar

2.7.1 Analisis Risiko

Risiko adalah suatu keadaan yang tidak pasti dan terdapat unsur bahaya, akibat atau konsekuensi yang bisa terjadi karena proses yang sedang berlangsung maupun kejadian yang akan datang (Billa *et al*., 2023). Karena ketidakpastian, semua aktivitas individu maupun organisasi pasti mengandung risiko. Risiko yang mungkin terjadi dalam bisnis ini adalah banyak pesaing baru yang muncul, harga jual telur dan produksi telur yang menurun akibat kesehatan ayam yang terganggu. Persaingan yang ketat mengakibatkan penurunan harga jual telur karena banyaknya telur yang beredar di pasar. Selain itu, dengan meningkatnya jumlah peternak maka permintaan akan pakan semakin meningkat, sehingga menyebabkan harga jual pakan menjadi naik. Adapun risiko

lain yang ada yaitu penurunan produksi telur akibat kesehatan ayam yang terganggu.

2.7.2 Strategi keluar

Dalam menghadapi risiko, dibutuhkan strategi yang tepat supaya dapat menyelesaikan masalah. Dari risiko yang ada, strategi yang dapat dilakukan pertama yaitu membuat keunggulan kompetitif dari produk yang dijual supaya dapat bersaing dengan pesaing. Strategi yang kedua yaitu menjual produk dengan harga yang lebih murah dari pesaing sehingga dapat menarik konsumen. Dalam hal ini, penghematan biaya produksi perlu dilakukan agar dapat menentukan harga jual yang lebih murah daripada pesaing. Strategi selanjutnya yaitu melakukan pemeliharaan yang tepat supaya kesehatan ayam terjaga dan dapat berproduksi dengan maksimal. Selain itu, untuk menjaga kesehatan ayam tetap terjaga perlu dilakukan inovasi berupa pemberian ramuan herbal organik.

BAB III

LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Profil Bisnis

3.1.1 Waktu berdiri

Ide awal didirikannya usaha Yudho’s Farm ialah pada tanggal 10 Mei tahun 2020.

3.1.2 Bidang usaha

Yudho’s Farm merupakan usaha yang bergerak dibidang peternakan. Yudho’s Farm memelihara ayam petelur dengan cara khusus yaitu dengan menggunakan herbal organik, kemudian telur yang dihasilkan akan memiliki kualitas yang baik dan memiliki harga jual yang lebih murah dibandingkan pesaing lainnya. Telur yang sudah siap, akan dijual ke toko- toko di wilayah Desa Sikampuh.

3.1.3 Lokasi

Yudho’s Farm berlokasi di Desa Sikampuh, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap. Proses produksi dilakukan di satu lokasi yang sama sehingga dapat mempermudah proses produksi hingga pemasaran.

3.1.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan mengevaluasi produktivitas telur ayam, trend penjualan dipasar, dan permasalahan lain yang dihadapi. Pengumpulan data ini dilakukan selama pelaksanaan praktik rancang bangun bisnis yaitu sekitar 6 bulan.

Tabel 3.1.4 Perkembangan harian peternakan ayam petelur

Hari	Produktivitas Telur	Masalah
Hari ke 3	Dari jumlah ayam 500 ekor menghasilkan 450 telur	Masalah yang dihadapi yaitu padaawal pemberian ramuan herbal organik banyak ayam yang memerlukan adaptasi sehingga produksi telur menurun.

Hari ke 10	Dari jumlah ayam 500 ekor menghasilkan 480 telur	Masalah yang ada yaitu penurunan harga jual talur karena ada bantuan PKH (Program Keluarga Harapan) dari pemerintah berupa telur ayam yang mengakibatkan banyaknya telur dipasar.
Hari ke 56	Dari jumlah ayam 500 ekor menghasilkan 482 telur	Masalah yang dihadapi yaitu penurunan daya beli masyarakat karena harga jual telur yang mahal
Hari ke 80	Dari jumlah ayam 500 ekor menghasilkan 485 telur	Masalah yang dihadapi yaitu naiknya harga jual pakan sehingga mengakibatkan meningkatkan biaya produksi
Hari ke 126	Dari jumlah ayam 500 ekor menghasilkan 455 telur	Masalah yang ada yaitu terjadi penurunan produksi telur akibat kualitas pakan yang menurun
Hari ke 165	Dari jumlah ayam 500 ekor menghasilkan 480 telur	Masalah yang dihadapi yaitu terjadi penumpukan stok akibat dari kejenuhan konsumen akan produk telur

3.1.5 Analisis Bisnis

Peternakan Yudho’s Farm melakukan inovasi dengan membuat ramuan herbal organik yang terbuat dari tanaman-tanaman herbal. Ramuan herbal organik ini dicampurkan ke air minum ayam sebagai pengganti vaksin. Dengan menggunakan herbal organik dalam usah apeternakan ayam petelur dapat memiliki manfaat seperti meningkatkan produktivitas telur, meningkatkan kesehatan ayam, menghasilkan telur yang berkualitas serta memiliki daya simpan yang lebih lama,dah dapat mengurangi biaya operasional.



Gambar 3.1.5 Kandang Uji Coba

Dalam pemberian herbal organik, Yudho's Farm melakukan pengamatan dari segi produktivitas telur dan kesehatan ayam. Pengamatan ini dilakukan kepada kandang riset yang berisi 18 ekor ayam untuk diuji coba apakah ramuan herbal organic tersebut komposisinya tepat atau tidak. Uji coba ini dilakukan dengan perbandingan 9 ekor ayam diberikan herbal organic dan 9 ekor lainnya tidak. Pemberian herbal organic ini akan lakukan selama 1 bulan untuk mengetahui perkembangannya. Setelah 1 bulan diperoleh data :

Tabel 3.1.5 Daya tahan ayam

Ayam yang diberi ramuan herbal	**Ayam yang tidak diberi ramuan herbal**
Selama 1 bulan tidak ada ayam yang sakit	Selama 1 bulan terdapat 5 ayam yang sakit

Tabel 3.1.5 Produksi telur

Ayam yang diberi ramuan herbal	**Ayam yang tidak diberi ramuan herbal**
Selama 1 bulan produksi total yang dihasilkan yaitu diatas 90%	Selama 1 bulan produksi total yang dihasilkan yaitu dibawah 80%

Hasil uji coba pada 18 ekor ayam dalam 1 bulan dapat disumpulkan bahwa pemberian ramuan herbal organik berpengaruh terhada kesehatan ayam dam produktifitas telur.

Selain itu, hal yang perlu dipertimbangkan dalam pemberian ramuan herbal organik yaitu menghitung perkiraan payback period untuk usaha peternakan ayam petelur. *Payback period* adalah periode dimana total jumlah pengeluaran dengan pemasukannya sama. *Payback period* juga berfungsi untuk mengukur pengembalian modal awal yang didasarkan oleh aliran kas (Wangi *et al*., 2023). Payback period dinyatakan dengan rumus :

$$Payback\ Period = \frac{Invesment\ Required}{Net\ Annual\ Cash\ Flow} \text{ x 1 Tahun} \qquad (3.1)$$

Dengan penggunaan herbal organik maka diharapkan periode pengembalian *(payback period*) modal dapat lebih cepat. Dari analisis kelayakan usaha peternakan ayam petelur secara organik memiliki pasar yang lebih potensial karena manfaat dari penggunaan herbal organik serta memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Selain itu, biaya operasional juga dapat diminimalisir karena tidak lagi menggunakan vaksinasi sehingga dapat meningkatkan margin pendapatan. Kemudian dengan pemberian herbal organik ayam dapat berproduksi lebih maksimal karena kesehatan ayam terjaga.

3.2 Tinjauan Aspek Produksi

3.2.1 Proses produksi

Langkah pertama yang dilakukan dari usaha peternakan ayam petelur yaitu pembuatan kandang dan pembelian ayam. Sebelum membuat kandang, perlu pencarian tempat lokasi yang tepat. Dalam hal ini, Yudho’s farm memanfaatkan pekarangan belakang rumah yang kosong untuk dijadikan kandang ayam. Kandang ayam dibuat sesuai standar yang ada.

Pembelian ayam yang tepat menjadi dasar supaya peternakan ayam petelur dapat memperoleh keuntungan yang besar. Namun selain pemilihan ayam ras yang tepat, proses pemeliharaannya juga harus di perhatikan. Yudho’s Farm membeli ayam ras petelur dengan usia 13 minggu, sementara usia produksi ayam ras petelur yaitu usia 18 minggu. Hal ini dilakukan supaya ayam dapat beradaptasi dengan lingkungan baru terlebih dahulu.

Selanjutnya ada inovasi yang dilakukan yaitu penggunaan ramuan herbal organik sebagai pengganti vaksin. Bahan – bahan yang digunakan untuk membuat ramuan herbal organik ini mudah didapatkan serta harganya terjangkau. Dengan penggunaan ramuan herbal organik ini pasti akan menghemat biaya operasi. Bahan yang dibutuhkan untuk membuat ramuan herbal organik ini yaitu kunyit, jahe, meniran, temulawak, daun salam, bawang dayak, sambiloto, gula jawa, dan probiotik EM4. Proses pembuatannya dilakukan dengan menghaluskan semua bahan, kemudian ditambahkan sedikit air dan direbus. Selanjutnya pemberian ramuan herbal dapat dicampurkan pada air minum dan diberikan kepada ayam dengan takaran 20 ml setiap 1 liter.



Gambar 3.2.1 Kandang Ayam

Setelah itu, proses selanjutnya ialah pemeliharaan dengan memberikan makan dan minum setiap 2 kali dalam sehari. Dari pengadaan pakan ayam, Yudho's farm bekerja sama dengan toko penjual pakan yang bernama Kahuripan farm untuk membuat campuran pakan sendiri supaya lebih murah daripada pakan buatan pabrik. Dari segi air minum, Yudho's farm telah membuat alat penyaring air yang berfungsi untuk menyaring air hujan atau air sumur menjadi air minum ayam. Setelah memberikan makan dan minum pada pagi dan siang hari, langkah selanjutnya yaitu mengambil telur pada siang hari setelah ayam sudah bertelur semua. Setelah itu, telur diambil dan dibersihkan dari kotoran yang ada.

3.2.2 Produk yang dihasilkan

Produk yang dihasilkan oleh Yudho's Farm yaitu telur. Telur yang dihasilkan dari yudho's farm merupakan telur organik dengan kualitas yang baik, bersih, serta memiliki harga jual yang terjangkau. Telur organik berbeda dengan telur biasa karena ini menggunakan bahan

herbal organik dalam pemeliharaannya. Selain telur, yudho’s farm juga menawarkan pupuk kandang yang berasal dari kotoran ayam.



Gambar 3.2.2 Telur yang telah dipanen



Gambar 3.2.2 Telur yang siap dipasarkan

3.3 Tinjauan Aspek Pemasaran

Pada aspek pemasaran, strategi promosi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi. Media sosial yang digunakan oleh Yudho’s Farm yaitu *whatsapp.* Promosi dengan melalui *whatsapp* dilakukan dengan cara mencantumkan perubahan harga jual telur setiap harinya. Selanjutnya konsumen juga dapat langsung memesan melalui *whatsapp*. Promosi lain yang ditawarkan yaitu gratis ongkos kirim untuk pembelian diatas 5 Kg untuk daerah sekitar Desa Sikampuh, dan memberikan potongan harga sebesar Rp 1.000 per kg untuk setiap pembelian 10 kg.



Gambar 3.3 Brosur promosi

Adapun promosi lain yang dilakukan yaitu dengan melalui mulut ke mulut. Promosi ini dilakukan dengan cara memberitahukan konsumen pada saat mengantar produk ke toko *retail*. Selain itu, penetapan harga jual telur juga berdasarkan harga pesaing yaitu menentukan harga jual di bawah harga jual pesaing.

3.4 Tinjauan Aspek Organisasi/SDM

3.4.1 Struktur organisasi

Struktur organisasi Yudho’s Farm hanya terdiri dari *owner* atau pimpinan usaha dan pekerja kandang. Tugas dari masing – masing fungsi antara lain :

1) *Owner* atau pimpinan usaha

Owner atau pimpinan usaha diisi oleh saya sendiri yaitu Teguh Yudhotomo. Tugas pimpinan usaha yaitu bertanggungjawab atas seluruh pengelolaan usaha, mengambil keputusan yang tepat, mengatur keuangan, mengawasi jalannya usaha dan kerja karyawan serta mengevaluasi kinerja usaha dan karyawan.

2) Pekerja kandang

Pekerja kandang diisi oleh Triyono yang bertugas mengelola seluruh kegiatan harian peternakan seperti pemberian makan dan minum pada pagi dan siang hari, membuat ramuan herbal, membersihkan kandang, memeriksa kesehatan ayam. Selain itu, melakukan proses produksi seperti mengambil telur, membersihkan telur, mengemas pada kotak, dan sampai melakukan pemasaran sampai ke konsumen.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

Tabel 3.5 Laporan aliran kas

Anggaran Rencana Arus Kas												
Rincian	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Pemasukan												
Penjualan Telur	Rp 22.500.000	Rp 21.750.000	Rp 23.625.000	Rp 22.500.000	Rp 23.250.000	Rp 24.000.000	Rp 22.875.000	Rp 23.625.000	Rp 21.750.000	Rp 22.500.000	Rp 24.000.000	Rp 23.475.000
Penjualan Pupuk	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000
Jumlah	Rp 22.900.000	Rp 22.150.000	Rp 24.025.000	Rp 22.900.000	Rp 23.650.000	Rp 24.400.000	Rp 23.275.000	Rp 24.025.000	Rp 22.150.000	Rp 22.900.000	Rp 24.400.000	Rp 23.875.000
Pengeluaran												
Pembelian pakan	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000
Vitamin Pakan	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000
Vitamin Minum	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000
Bahan Herbal	Rp 80.000	Rp -	Rp -	Rp 80.000	Rp -	Rp -	Rp 80.000	Rp -	Rp -	Rp 80.000	Rp -	Rp -
Gaji Karyawan	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000
Listrik	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
Desinfektan	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -
Bensin Transport	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000
Total	Rp 9.420.000	Rp 9.300.000	Rp 9.340.000	Rp 9.380.000	Rp 9.340.000	Rp 9.300.000	Rp 9.420.000	Rp 9.300.000	Rp 9.340.000	Rp 9.380.000	Rp 9.340.000	Rp 9.300.000
Saldo Awal	Rp -	Rp 13.480.000	Rp 26.330.000	Rp 41.015.000	Rp 54.535.000	Rp 68.845.000	Rp 83.945.000	Rp 97.800.000	Rp 112.525.000	Rp 125.335.000	Rp 138.855.000	Rp 153.915.000
Surplus/Defisit	Rp 13.480.000	Rp 12.850.000	Rp 14.685.000	Rp 13.520.000	Rp 14.310.000	Rp 15.100.000	Rp 13.855.000	Rp 14.725.000	Rp 12.810.000	Rp 13.520.000	Rp 15.060.000	Rp 14.575.000
Saldo Akhir	Rp 13.480.000	Rp 26.330.000	Rp 41.015.000	Rp 54.535.000	Rp 68.845.000	Rp 83.945.000	Rp 97.800.000	Rp 112.525.000	Rp 125.335.000	Rp 138.855.000	Rp 153.915.000	Rp 168.490.000

Tabel 3.5 Laporan laba rugi

Laporan Laba Rugi												
Rincian	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6	Bulan 7	Bulan 8	Bulan 9	Bulan 10	Bulan 11	Bulan 12
Pendapatan												
Penjualan Telur	Rp 22.500.000	Rp 21.750.000	Rp 23.625.000	Rp 22.500.000	Rp 23.250.000	Rp 24.000.000	Rp 22.875.000	Rp 23.625.000	Rp 21.750.000	Rp 22.500.000	Rp 24.000.000	Rp 23.475.000
Penjualan Pupuk	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000	Rp 400.000
Total Laba	Rp 22.900.000	Rp 22.150.000	Rp 24.025.000	Rp 22.900.000	Rp 23.650.000	Rp 24.400.000	Rp 23.275.000	Rp 24.025.000	Rp 22.150.000	Rp 22.900.000	Rp 24.400.000	Rp 23.875.000
Biaya Operasional :												
Pakan	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000	Rp 7.950.000
Vitamin Pakan	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000
Vitamin Minum	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000	Rp 120.000
Bahan Herbal	Rp 80.000	Rp -	Rp -	Rp 80.000	Rp -	Rp -	Rp 80.000	Rp -	Rp -	Rp 80.000	Rp -	Rp -
Gaji Karyawan	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000	Rp 800.000
Listrik	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
Desinfektan	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -	Rp 40.000	Rp -
Bensin Transport	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000	Rp 80.000
Total Biaya	Rp 9.420.000	Rp 9.300.000	Rp 9.340.000	Rp 9.380.000	Rp 9.340.000	Rp 9.300.000	Rp 9.420.000	Rp 9.300.000	Rp 9.340.000	Rp 9.380.000	Rp 9.340.000	Rp 9.300.000
Laba Operasional	Rp 13.480.000	Rp 12.850.000	Rp 14.685.000	Rp 13.520.000	Rp 14.310.000	Rp 15.100.000	Rp 13.855.000	Rp 14.725.000	Rp 12.810.000	Rp 13.520.000	Rp 15.060.000	Rp 14.575.000

Tabel 3.5 Biaya Penyusutan

Rician	Harga	Penyusutan					
		Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5	Bulan 6
Kandang	Rp 30.000.000	Rp 29.900.000	Rp 29.800.000	Rp 29.700.000	Rp 29.600.000	Rp 29.500.000	Rp 29.400.000
Gudang	Rp 5.000.000	Rp 4.950.000	Rp 4.900.000	Rp 4.850.000	Rp 4.800.000	Rp 4.750.000	Rp 4.700.000
Kendaraan	Rp 8.000.000	Rp 7.930.000	Rp 7.860.000	Rp 7.790.000	Rp 7.720.000	Rp 7.650.000	Rp 7.580.000
Kompor Gas	Rp 350.000	Rp 345.000	Rp 340.000	Rp 335.000	Rp 330.000	Rp 325.000	Rp 320.000
Alat Semprot	Rp 500.000	Rp 492.000	Rp 484.000	Rp 476.000	Rp 468.000	Rp 460.000	Rp 452.000
Penyaring Air	Rp 1.500.000	Rp 1.460.000	Rp 1.420.000	Rp 1.380.000	Rp 1.340.000	Rp 1.300.000	Rp 1.260.000
Kipas Blower	Rp 1.500.000	Rp 1.470.000	Rp 1.440.000	Rp 1.410.000	Rp 1.380.000	Rp 1.350.000	Rp 1.320.000
Sanyo	Rp 500.000	Rp 485.000	Rp 470.000	Rp 455.000	Rp 440.000	Rp 425.000	Rp 410.000
Timbangan	Rp 1.200.000	Rp 1.180.000	Rp 1.160.000	Rp 1.140.000	Rp 1.120.000	Rp 1.100.000	Rp 1.080.000

BAB IV
PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Pembahasan

Yudho’s Farm memilih untuk melakukan inovasi dengan menggunakan herbal organik sebagai pengganti vaksin. Selain harga bahan yang murah serta mudah didapatkan, herbal organik juga memiliki manfaat yang baik pada ayam seperti menjaga kesehatan ayam. Selain itu, herbal organik juga berfungsi untuk meningkatkan produktivitas ayam dan menghasilkan telur yang sehat, berkualitas serta memiliki daya simpan yang lebih lama. Ini akan menjadi keunggulan kompetitif supaya produk dapat persaing di pasar.

Berdasarkan penelitian yang dikembangkan oleh Yudho’s Farm, penggunaan herbal organik lebih bernilai ekonomis dibandingkan penggunaan vaksin. Berikut ini perbandingan biaya vaksin dan obat- obatan sebelum menggunakan herbal organik dan biaya pembuatan herbal organik :

Tabel 4.1 Vaksin

Nama vaksin	Harga
Vaksin ND-AI 200 ml	Rp. 320.000
Vaksin IB	Rp. 60.000
Vaksin Medivac Coryza 250 ml	Rp. 250.000
Ongkos setiap vaksin	Rp. 200.000

Tabel 4.1 Obat-obatan

Nama obat	Harga
Trymizin	Rp. 25.000
Tetra chlor	Rp. 20.000
Vitamin BKompleks 200 ml	Rp. 50.000

Vitamin vitestel injection 100 ml	Rp. 70.000

Tabel 4.1 Biaya bahan herbal

Nama	Harga
Kunyit 1 kg	Rp. 7.000
Temulawak setengah kg	Rp. 5.000
Sambiloto 250 gram	Rp. 5.000
Bawang putih 200 gram	Rp. 10.000
Gula jawa 250 gram	Rp. 8.000
Daun salam 30 lembar	Rp. 2.000
Bawang Dayak	Rp. 18.000
Jahe 200 gram	Rp. 5.000
EM4	Rp. 20.000
Total	**Rp. 80.000**

Komposisi ini dapat menghasilkan ramuan herbal organik yang cukup untuk 3 bulan. Pemberian herbal dilakukan setiap hari dengan takaran 2ml untuk setiap 1 liter air kepada 500 ekor ayam petelur. Jika dibandingkan dengan penggunaan vaksin, perbandingan biaya yang dikeluarkan sangatlah berbeda jauh.

Penggunaan herbal organik jauh lebih ekonomis dibandingan penggunaan vaksin. Ini tidak hanya membandingkan dari harga vaksin dengan harga bahan yang digunakan untuk membuat ramuan herbal, tetapi juga banyak dampak lain yang di timbulkan.. Sebelum menggunakan herbal organik Yudho’s Farm banyak mendapati ayam yang sakit walaupun sudah divaksin. Biasanya

pemberian vaksin dilakukan selama 3 bulan sekali untuk menjaga kesehatan ayam. Dan apabila ayam sakit maka ayam tidak akan bertelur sampai dia sembuh, dan ini akan menjadi beban biaya yang cukup tinggi karena harus terus memberi makan dan obat.

Selain itu, pengaruh herbal organik pada ayam yaitu meningkatkan produktivitas telur. Berdasarkan penelitian sebelumnya, manfaat herbal organik pada ayam petelur yaitu menjaga kesehatan ayam serta meningkatkan produktivitas telur. Ini terbukti selama menjalankan usaha peternakan secara organik kuantiti dan berat telur yang dihasilkan lebih besar dibandingkan sebelum menggunakan herbal organik.

Untuk mengetahui jumlah telur yang dihasilkan, Yudho's Farm melakukan absen telur setiap hari guna mengetahui persentase telur yang dihasilkan. Selama menggunakan herbal organic, persentase telur yang dihasilkan berada diatas 85%. Jumlah ini termasuk angka yang tinggi untuk jumlah telur yang dihasilkan dalam peternakan ayam petelur.

Berikut ini merupakan analisis keuangan dan payback period

Modal		
Sumber	**Porsi**	**Jumlah**
Modal Pribadi	100%	Rp. 100.000.000
Total	**100%**	**Rp. 100.000.000**

Adapun rincian penggunaan dana untuk barang depresiasi ialah sebagai berikut:

- Pembuatan kandang ayam untuk kapasitas 500 ekor : Rp. 30.000.000
- Pembelian ayam ras petelur : Rp. 60.000 x 500 ekor : Rp. 30.000.000
- Pembuatan penyaringan air sumur : Rp. 1.500.000
- Pembuatan Gudang : Rp. 5.000.000
- Pembelian timbangan : Rp. 1.800.000
- Pembelian rak telur : Rp. 120.000
- Pembuatan kotak telur : Rp. 350.000
- Kendaraan : Rp. 8.000.000
- Kompor Gas : Rp. 350.000
- Alat semprot : Rp. 500.000

- Pembelian peralatan lainnya : Rp. 500.000

Total : Rp. 78.120.000

Tabel 4.1 Analisis payback period

Rincian Bulan	Arus Kas	Akumulasi Arus Kas
0	Rp 87.670.000	Rp 87.670.000
1	Rp 13.480.000	Rp 13.480.000
2	Rp 12.850.000	Rp 26.330.000
3	Rp 14.685.000	Rp 41.015.000
4	Rp 13.520.000	Rp 54.535.000
5	Rp 14.310.000	Rp 68.845.000
6	Rp 15.100.000	Rp 83.945.000
7	Rp 13.855.000	Rp 97.800.000
8	Rp 14.725.000	Rp 112.525.000
9	Rp 12.810.000	Rp 125.335.000
10	Rp 13.520.000	Rp 138.855.000
11	Rp 15.060.000	Rp 153.915.000
12	Rp 14.575.000	Rp 168.490.000

Payback Period : a + b/c x 1 tahun (4.1)

Payback Period : 0 tahun + 87.670.000/13.480.000 x 1 tahun

: 6,5 Bulan

Periode waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas antara pengeluaran total dengan pemasukan pada peternakan ayam petelur secara organik tergolong cukup cepat yaitu sekitar 6,5 bulan. Sehingga usaha ini layak untuk dijalankan maupun dikembangkan.

4.2 Tinjauan Teoritis

Suatu produk dapat diterima oleh pasar apabila produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen. Namun, kemampuan pasar terbatas dalam menerima sebuah produk. Hal ini disebabkan, terjadinya perubahan selera konsumen terhadap sebuah produk. Apalagi jika produk yang dipasarkan merupakan sebuah produk yang mudah dibuat. Dalam hal ini produk yang dimaksud adalah telur.

Telur merupakan produk yang mudah di produksi banyak orang karena telur termasuk kebutuhan harian yang banyak dibeli konsumen. Namun, setelah semakin banyak orang yang beternak ayam petelur maka produksi telur menjadi sangat melimpah dipasar. Hal ini menyebabkan, kapasitas pasokan pasar berlebihan sehingga banyak telur yang tidak terjual. Oleh karena itu, diperlukan adanya penggunaan teori *Ansoff Matrix* yang terdiri dari *penetration market, product development, market development,* dan *diversification.*

Ansoff Matrix merupakan tabel yang menunjukkan empat strategi yang digunakan untuk menganalisis risiko bisnis dan peluang pertumbuhan (Suciati *et al*., 2020). Matriks yang diperkenalkan oleh Ansoff berguna sebagai sumber teori pertumbuhan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal.

Pada p*enetration market,* teori ini menjelaskan bagaimana strategi pemasaran perusahaan dalam memperkenalkan produk kepada pasar yang sudah ada. Teori ini menjelaskan bagaimana sebuah produk dapat memasuki pasar yang sama dan untuk meningkatkan pangsa pasar. Dalam hal ini, yang dilakukan oleh Yudho's Farm yaitu memperkenalkan produk telur yang menggunakan bahan herbal organik serta melakukan promosi menggunakan sosial media, dari mulut ke mulut dan menjual telur dengan harga dibawah pesaing. Dengan melakukan strategi ini, maka perusahaan dapat memperluas pangsa pasar.

Selain itu, teori lainnya yaitu *product development* yang menjelaskan bagaimana cara mengenalkan produk baru ke pasar yang sudah ada. Strategi ini mencakup inovasi pada produk supaya dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini dikarenakan, keinginan konsumen cepat berubah yang dipengaruhi oleh banyak hal. Dalam hal ini, Yudho's farm melakukan pengembangan produk yaitu membuat telur organik untuk dijual ke pasar yang sudah ada. Pengembangan produk ini dilakukan karena menggunakan ramuan herbal organik sehingga telur ayam yang dihasilkan lebih berkualitas dan penyimpanan akan lebih lama daripada telur biasa. Pengembangan melalui ramuan herbal organik juga dapat menghemat biaya produksi karena bahan herbal organik termasuk bahan yang mudah didapat dengan harga yang murah. Selain itu, dengan adanya herbal organik, maka fungsi vaksin juga dapat tergantikan.

Selanjutnya teori *market development* yang menjelaskan bagaimana cara melakukan penjualan produk yang sudah ada ke pasar baru. Teori ini lebih menjelaskan tentang cara untuk menjangkau konsumen baru seperti ekspansi geografis ke wilayah yang baru atau segmentasi pasar baru. Berdasarkan dari teori ini, Yudho's farm belum melakukan *market development* yang cukup karena khawatir tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen dikarenakan produksi telur yang terbatas.

Teori terakhir yaitu *diversification* yang menjelaskan tentang pengembangan produk baru dan menjualnya ke pasar yang baru. Apabila perusahaan berhasil melakukan *diversification* maka mereka akan memperoleh konsumen baru dan dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis. *Diversification* yang dilakukan oleh Yudho's farm yaitu melakukan pengembangan telur organik menggunakan ramuan herbal yang bersumber dari sumber daya alam yang mudah didapat. Selain itu, dengan melakukan pengembangan ini juga dapat memenuhi kebutuhan pasar yang menginginkan telur dengan harga murah, namun memiliki kualitas yang baik. Dalam hal ini, perusahaan juga memiliki keunggulan secara kompetitif yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Teori Lean Production, yang menyatakan upaya terus menerus dalam menghilangkan pemborosan dan meningkatkan nilai tambah atau *value added* produk agar memberikan nilai kepada pelanggan (Tandeuun, 2007). Dalam hal ini, upaya yang dilakukan dalam menghilangkan pemborosan dalam bisnis Yudho's Farm antara lain :

a) Perencanaan produksi yang efisien

   Dalam pengaturan stok persedian pakan Yudho's Farm menggunakan metode Just-in-Time dengan membeli pakan untuk 2 minggu sehingga tidak terjadi pemborosan stok.

b) Manajemen kualitas

   Dalam menjaga kualitas produk, Yudho's Farm melakukan pemeriksaan terhadap telur sebelum dijual.

c) Manajemen rantai pasokan yang efisien

Untuk membuat rantai pasokan yang efisien, Yudho’s Farm bekerja sama dengan penjual pakan untuk memastikan pasokan pakan tepat waktu untuk menghindari gangguan dalam produksi.

d) Penggunaan sumber daya dengan optimal

Dalam pemanfaatan sumber daya yang ada, Yudho’s Farm mengelola air sumur untuk dijadikan air minum ayam, serta memanfaatkan tanaman-tanaman herbal yang mudah didapatkan sebagai jamu dan pengganti vaksin.

e) Pelatihan dan pemberdayaan karyawan

Memberikan pelatihan kepada karyawan atau pekerja kandang dalam teknik pemeliharaan yang efektif dan efisien.

4.3 Permasalahan Yang Dihadapi

4.3.1 Aspek produksi/operasi

Permasalahan yang ada pada aspek produksi atau operasi yaitu keterlambatan dalam menyiapkan dan memasarkan produk. Ini disebabkan karena kekurangan tenaga produksi sehingga semua pekerjaan dari pemeliharaan sampai pemasaran produk berjalan dengan tidak tepat waktu. Untuk saat ini, Yudho’s Farm baru menggunakan 1 tenaga kerja saja.

Selain itu, permasalahan yang lain yaitu terkait pasokan pakan dari *supplier*. Terkadang kualitas pakan yang dipasok berbeda-beda karena *supplier* menyesuaikan harga jual bahan baku yang digunakan untuk membuat pakan, sehingga mempengaruhi pertumbuhan, kesehatan dan produksi telur.

4.3.2 Aspek pemasaran

Permasalahan yang terjadi pada aspek pemasaran yaitu pasar yang tidak stabil seperti perubahan harga jual telur serta permintaan dari konsumen yang *fluktuatif* yang dipengaruhi oleh banyak faktor.

Selain itu, masalah yang dihadapi Yudho's Farm yaitu banyaknya pemain baru yang beralih menjadi peternak ayam petelur. Sehingga persaingan dalam industri peternakan ayam petelur semakin meningkat. Dan permasalahan lain yang ada yaitu kejenuhan pasar kepada produk telur yang mengakibatkan penjualan produk melambat.

4.3.3 Aspek Sumber Daya Manusia

Permasalahan yang ada dalam aspek SDM yaitu sulitnya mencari tenaga kerja yang sesuai dengan kriteria. Hal ini dikarenakan, pekerjaan yang dilakukan termasuk pekerjaan kasar dan kotor sehingga tidak ada kaum muda yang tertarik untuk bekerja. Oleh karena itu, tenaga kerja yang digunakan untuk saat ini yaitu orang tua yang tentu bekerja lebih lambat.

4.3.4 Aspek Keuangan

Permasalahan yang ada pada aspek keuangan yaitu perubahan harga pakan yang *fluktuatif*. Selain itu, perputaran uang yang lambat karena penjualan produk yang lama juga mengganggu proses produksi seperti pembelian pakan ayam.

Permasalahan lain ialah kurangnya modal usaha untuk menambah jumlah ayam dan tenaga kerja.

4.4 Pemecahan Masalah

Pada Bab ini, penulis mencoba menjelaskan terkait pemecahan masalah yang dihadapi dalam menjalankan usahanya berdasarkan aspek pemasaran, operasi, sumber daya manusia, serta keuangan.

4.4.1 Aspek pemasaran

Harga jual telur dipasar tidak dapat dikontrol oleh peternak. Harga jual telur yang ada dibursa juga terus berubah tergantung dari permintaan, pemasokan, harga pakan dan kebijakan pemerintah seperti pemberian bantuan PKH (Program Keluarga Harapan) untuk masyarakat. Dalam menghadapi permasalahan fluktuasi harga jual telur, Yudho's Farm berusaha mengoptimalkan biaya produksi dengan melakukan

inovasi untuk meningkatkan *margin* keuntungan yang lebih besar. Salah satu cara untuk mengurangi biaya produksi yaitu dengan melakukan pengembangan produk baru melalui inovasi ramuan herbal organik sebagai pengganti vaksin dan bekerja sama dengan pemasok pakan untuk mendapatkan harga pakan yang terjangkau.

Selanjutnya, pemecahan masalah yang dilakukan yaitu melakukan diversifikasi pasar dengan menjual produk kepada konsumen baru untuk mencari peluang penjualan. Dalam hal ini, target pasar baru yang ditetapkan yaitu kelas menengah ke atas, pedagang kue dan pesanan untuk hajatan. Selain itu, dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat di dalam industri, Yudho's Farm berusaha untuk melakukan inovasi produk telur organik sebagai keunggulan kompetitif perusahaan yang tidak dapat ditiru oleh pesaing.

Penguatan *branding* juga dilakukan supaya dapat bersaing dipasar dengan mempertahankan kualitas telur secara konsisten supaya konsumen tidak kecewa dan berpaling untuk memilih produk pesaing. Selain itu, membuat kemasan yang menarik juga diperlukan untuk memperkuat *branding* produk.

4.4.2 Aspek operasi/produksi

Dengan pertimbangan usaha bisnis yang masih kecil, ketersediaan tenaga kerja dan modal kerja yang terbatas, untuk saat ini Yudho's Farm belum memutuskan untuk menambah tenaga kerja, sehingga yang perlu dilakukan yaitu dengan mengubah cara kita bekerja supaya lebih efektif dan efisien. Adapun keterlambatan menjual produk juga disebabkan karena lamanya proses pembersihan telur sebelum disiapkan.

Oleh karena itu, Yudho's farm memutuskan untuk mengubah cara pembersihan telur yang biasanya dilakukan pada siang hari setelah ayam bertelur semua menjadi 2 tahap. Tahap pertama dilakukan pada pagi hari sekitar jam 10 dan dilanjutkan pada siang hari. Dengan cara ini, pekerjaan lebih efektif. Selain itu, untuk mengatasi perubahan pasokan

kualitas pakan yang berubah dari pemasok. Yudho's Farm melakukan penambahan dosis dalam pemberian ramuan herbal dan vitamin untuk menjaga produksi telur menjadi maksimal.

4.4.3 Aspek sumber daya manusia

Suatu perusahaan mengalami masalah sumber daya manusia yaitu metode kerja yang kurang efektif. Hal ini disebabkan pekerja yang digunakan adalah orang yang sudah berumur. Dalam melakukan perekrutan pekerja, masalah yang terjadi yaitu tidak ada generasi muda yang mau bekerja sebagai pekerja kandang, sehingga harus menggunakan orang yang sudah berumur. Dalam menghadapi masalah ini, Yudho’s Farm memberikan pelatihan kepada pekerja supaya dapat bekerja secara tepat.

4.4.4 Aspek keuangan

Dalam menghadapi masalah fluktuasi dari harga pakan yang tidak stabil, Yudho’s Farm dapat menghemat uang dengan mengurangi biaya produksi karena harga jual pakan tidak dapat diatur oleh peternak. Dalam hal ini, Yudho’s farm lebih memilih menggunakan ramuan herbal organik daripada vaksin dalam pemeliharaan ayam untuk menghemat biaya. Selain itu, Yudho’s farm juga menggunakan air sumur yang disaring untuk memberi minum ayam untuk mengurangi biaya produksi.

4.5 Keberlanjutan Usaha

Berdasarkan hasil implementasi bisnis yang telah dijalankan. Penulis menyatakan bahwa bisnis ini layak untuk dilanjutkan. Dengan adanya, analisis permasalahan dan pemecahan masalah dari seluruh kegiatan operasional baik dari segi pemasaran, produksi, sumber daya manusia, serta keuangan yang dilaksanakan dapat mendorong Yudho’s Farm untuk selalu berkembang dan berinovasi.

BAB V
KESIMPULAN DAN IMPLEMENTASI

5.1 Kesimpulan

Setelah pelaksanaan rancang bangun bisnis Yudho’s Farm, penulis memperoleh kesimpulan :

1. Pemberian herbal organik pada ayam bernilai ekonomis dibanding tidak menggunakan herbal karena dengan pemberian herbal organik maka tidak perlu lagi penggunaan vaksin yang termasuk menjadi beban operasional. Selain itu, kesehatan ayam juga lebih terjaga sehingga tidak memerlukan biaya untuk membeli obat-obatan. Dengan memberikan herbal organik maka dapat menekan biaya operasional perusahaan.
2. Produktivitas telur setelah diberikan herbal organik juga lebih tinggi dibanding yang tidak diberikan. Ini karena manfaat dari herbal yang dapat menjaga kesehatan ayam sehingga ayam dapat bertelur dengan maksimal.
3. Secara ekonomis usaha peternakan ayam petelur secara organik ini layak untuk dijalankan, karena margin keuntungan yang diperoleh lebih besar dibandingkan tidak menggunakan inovasi herbal organik. Selain itu juga dapat menciptakan keunggulan kompetitif produk sehingga dapat bersaing dengan para pesaing.

5.2 Implementasi

Berdasarkan hasil pelaksanaan bisnis Yudho’s Farm dapat dikatakan usaha ini berjalan dengan cukup baik. Namun terdapat masalah yang dihadapi yaitu dari segi aspek cara dan tenaga untuk dapat memperluas pasar, sumberdaya atau tenaga yang tekun serta teliti dalam memelihara perkembangan ternak ayam. Selain itu aspek lainnya dari segi modal keuangan untuk memperluas usaha yang masih terbatas dan belum didapatkan sumber dana yang mudah.

Secara ekonomis usaha ini layak untuk dikembangkan karena melihat potensi kedepannya persaingan didalam indutri peternakan ayam petelur akan semakin meningkat maka perlu adanya inovasi seperti pemberian herbal organik. Dengan menggunakan herbal organik maka dapat menekan biaya produksi,

memperkenalkan inovasi produk baru yaitu telur organik ke customer, serta menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, L., Syahrir, S., Purwanti, S., Jillbert, J., Asriani, A., & Jamilah. (2017). Ramuan Herbal Pada Ayam Ras Petelur Kabupaten Sidenreng Rappang. *ABDIMAS*, *21*(1), 47–53.

Ajizah, S., Widjaya, S., Situmorang Jurusan Agribisnis, S., Pertanian, F., Lampung, U., & Soemantri Brojonegoro No, J. (2018). Strategi Pengembangan Ternak Ayam Ras Petelur Di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu (Development Strategy of Layer Chichen Farming in Gadingrejo Subdistrict of Pringsewu Regency). In *JIIA* (Vol. 6, Issue 1).

Billa, C., Husaini, A., Kuliah, M., Risiko, M., & Syariah, E. (2023). *Pemahaman Resiko Dan Manajemen Resiko*. *1*(3), 318–325.

Dananjaya, I. G. A. N. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Keberadaan Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur, Di Desa Senganan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. *DwijenAGRO*, *10*(2), 1–7.

Faizun, A. (2023). *Call For Papers dan Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Ke-2 2023 Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa*. *2*(1), 475.

Ibrahim, A. (2016). Analisis Implementasi Manajemen Kualitas Dari Kinerja Operasional Pada Industri Ekstraktif Di Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *4*(2).

Kodong, T. I., Sabijono, H., & Kalalo M. Y. B. (2019). Analisis Pengakuan Pendapatan Dan Beban Dalam Penyajian Laporan Laba Rugi Pada Pt Sederhana Karya Jaya Analysis Of Revenue And Expense Recognition In The Presentation Of The Income Statement At Pt. Sederhana Karya Jaya. *4397 Jurnal EMBA*, *7*(3), 4397–4406.

Kusriyanti, T. (2020). *Perancangan Strategi Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas Pada Leora Design Interior & Furniture*. *1*(2).

Lumenta, I. D. R., Osak, R. E. M. F., Rambulangi, V., & Pangemanan, S. P. (2022). Analisis Pendapatan Usaha Peternakan Ayam Petelur "Golden Paniki PS." *Jambura Journal of Animal Science*, *4*(2), 117–126.

Muhdiantini, C., Ramadani, L., & Praditya, D. (2023). Analisis Dan Perancangan Enterprise Architecture Pada Dinas Peternakan Dan Kesehatan Hewan (Dpkh) Kabupaten Brebes Menggunakan Framework Togaf Adm. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, *8*(4), 1365–1375.

Mulyani, A., & Satriani, R. (2013). Kelayakan Usaha Peternakan Ayam Petelur Kelompok Wanita Tani Ternak "Wanita Karya" Kabupaten Banyumas. *Pembangunan Pedesaan*, *13*(2), 89–96.

Rahmi. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Minyeuk Pret di Kota Banda Aceh). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Minyeuk Pret Di Kota Banda Aceh)*, *6*, 52–58.

Sani S A, & Aslami N. (2022). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, *1*(1), 18–26.

Septyani A S, & Hafiar H. (2024). Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Hamlin Pada Bulan Maret 2024 Menurut Teori Evring Goffman. *WISSEN : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *2*(2), 28–40.

Suciati, T. R., Dodi Kurniawan, & M. Dery Iswahyudin. (2020). SWOT Analysis and Ansoff Matrix in Creative Food Industry Business Development: A Study on Creative Food Business "Komala." *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, *3*(2), 69–76.

Suryana, E. A., Martianto, D., & Baliwati, Y. F. (2019). Pola Konsumsi dan Permintaan Pangan Sumber Protein Hewani di Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur. *Analisis Kebijakan Pertanian*, *17*(1), 1.

Tandeuun, E. (2007). *Learning Organization section Organizational Culture : The Key for Succe~sful Application of Lean Production System*.

Toelle, N. N. (2014). Identifikasi dan Karakteristik Staphylococcus Sp. dan Streptococcus Sp. dari Infeksi Ovarium Pada Ayam Petelur Komersial (Identification and Characteristics of Staphylococcus Sp. and Streptococcus Sp. Infection of Ovary in Commercial Layers). *Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran*, *14*(1).

Wangi, P., Isyanto, P., Sumarni, N., Buana, U., & Karawang, P. (2023). Analysis Of Capital Return Of MSMEs T'anggun Pisang Krispi Karawang Using The Payback Period Method Analisis Pengembalian Modal Usaha UMKM T'anggun Pisang Krispi Karawang Dengan Menggunakan Metode Payback Period. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5).

Wibowo, L. K. (2019). Analisa Swot Bisnis Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur Di Boyolali Jawa Tengah. *Journal of Accounting and Business Studies*, *4*(1).

Wulandari, Z., & Arief, I. I. (2022). Tepung Telur Ayam: Nilai Gizi, Sifat Fungsional dan Manfaat. *Jurnal Ilmu Produksi Dan Teknologi Hasil Peternakan*, *10*(2), 62–68.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pra Pelaksanaan

Pembuatan kandang ayam



Lampiran 1. 1 Pembuatan kandang ayam

Pembelian ayam



Lampiran 1. 2 Pembelian ayam

Pembuatan penyaringan air sumur



Lampiran 1. 3 Pembuatan penyaringan air

Pembelian pakan



Lampiran 1. 4 Pembelian pakan

Pembelian pakan



Lampiran 1. 5 Pembelian pakan

Lampiran 2. Pelaksanaan

Pemeliharaan (pemberian pakan dan minum)



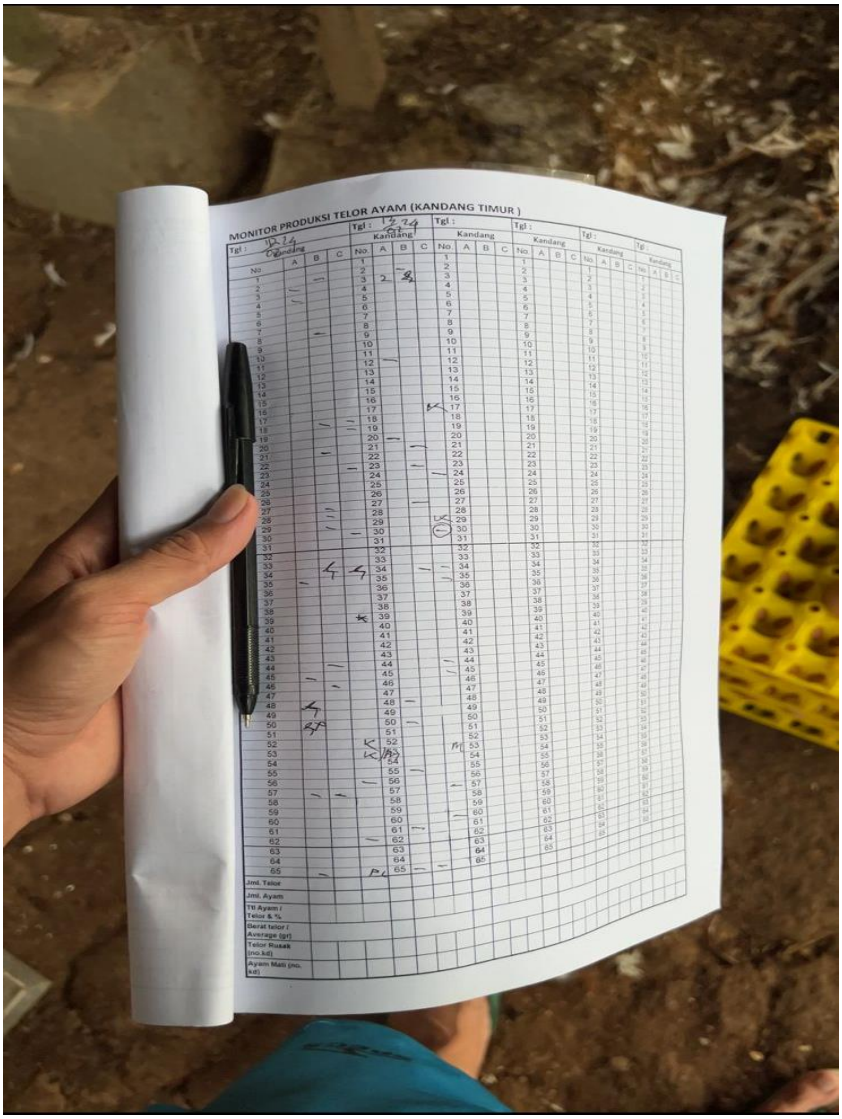
Lampiran 2. 1 Pemeliharaan ayam

Pembuatan ramuan herbal organik



Lampiran 2. 2 Pembuatan ramuan herbal organik

Pengambilan telur dan absen



Lampiran 2. 3 Pengambilan dan absen telur

Telur yang telah di panen



Lampiran 2. 4 Telur yang telah dipanen

Telur yang telah di jual ke pasar



Lampiran 2. 5 Penjualan telur