JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i3
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 24 Desember 2025 | **Revised:** 08 Januari 2026 | **Accepted:** 24 Januari 2026

Business Plan Pengembangan Peternakan Ayam Petelur (Produk Telur Organik)

Iqri Puspa Yunanda[1], Keni Kaniwati[2]
[1]Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia, Iqri.puspa@widyatama.ac.id
[2]Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia, keni.kaniawati@widyatama.ac.id

Corresponding Author: Iqri.puspa@widyatama.ac.id[1]

Abstract: *The layer chicken farming industry has a lot of room to grow and innovate with product have added value is organic egg. Demand, which is closely correlated with Indonesia's population growth, is what is causing this. This business plan uses the Timmons Model, SWOT analysis, Design Thinking, and the Business Model Canvas to evaluate the venture's potential and viability. Furthermore, the financial, marketing, human resource, and operational elements that facilitate the growth of the layer chicken company are examined. Payback Period computations, Net Present Value (NPV), R/C Ratio analysis, and Internal Rate of Return (IRR) are used to assess this business plan. This study employed a descriptive qualitative research methodology. The analysis's findings indicate a positive net present value (NPV) of Rp* Rp 4.014.666.941*, an IRR of 42%, an R/C Ratio of 1,43 and an investment payback period of roughly 8 months. Based on the analysis's findings, it can be said that this layer chicken business plan has a high potential for expansion and development and is feasible.*

Keywords: *Business plan, Layer Farming, Organic Egg, Timmons Model, Feasibiltiy Study*

Abstrak: Bisnis peternakan ayam petelur memiliki potensi dan inovasi yang cukup besar untuk berkembang dengan nilai tambah produk berupa telur organik. Telur merupakan salah satu sumber protein hewani yang memiliki nilai biologi lengkap, kandungan asam lemak tidak jenuh, vitamin, mineral dengan kandungan antioksidan dan juga dikonsumsi secara luas di seluruh penjuru dunia (Mesas et al., 2022). Hal ini didasarkan pada permintaan yang terus meningkat dan berbanding lurus dengan peningkatan populasi di Indonesia. Bisnis plan ini menganalisa potensi dan kelayakan berdasar pada metode Timmons models, analisis SWOT, *Design Thinking* dan Business Model Canvass. Selain itu dianalisa pula aspek keuangan, pemasaran, sumber daya dan operasional yang mendukung pada proses pengembangan bisnis ayam petelur ini. Rencana bisnis ini dipertimbangkan berdasarkan pada perhitungan Payback Period, Net Present Value, Analisa R/C Ratio, dan Internal Rate of Return. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukan bahwa nilai NPV positif sebesar Rp 4.014.666.941, IRR 42%, R/C Ratio 1,43 dan waktu pengembalian investasi selama ± 8 bulan. Berdasarkan hasil analisa maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan bisnis ayam petelur ini layak untuk dijalankan dan memiliki potensi yang tinggi untuk tumbuh dan berkembang.

Kata Kunci: Perencanaan bisnis, Peternakan Ayam Petelur, Telur Organik, Timmons Models, Analisa Kelayakan,

PENDAHULUAN

Industri peternakan saat ini memegang peranan yang cukup penting dalam menyumbang pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat (Aditama, 2024). Salah satu sumber protein hewani yang murah dan mudah diperoleh adalah komiditi telur (Berkhoff et al., 2020). Telur merupakan salah satu produk sumber protein yang memiliki kandungan gizi lengkap untuk nutrisi harian masyarakat. Selain itu, telur merupakan salah satu jenis protein hewani yang dapat diolah menjadi beragam masakan, selain itu diperlukan pula dalam industri makanan, obat-obatan, vaksin maupun kosmetik (Hisasaga et al., 2020). Hal ini tentunya membuat telur menjadi salah satu sumber protein pilihan yang sederhana dan kaya akan nutrisi (Fadilah et al., 2022).

Produk telur di pasaran saat ini memiliki beragam jenis dan manfaat yang ditawarkan. Ada produk telur yang diperkaya dengan antioksidan, telur kaya omega dan berbagai olahan telur lainnya (Jel et al., 2022). Berdasarkan hal tersebut maka diferensiasi produk telur diperlukan untuk memberikan keragaman jenis produk dan juga memberikan nilai tambah bagi produk telur ini. Diharapkan diferensiasi produk yang dilakukan ini dapat mendukung dengan perubahan pasar yang cepat dan pergeseran minat pelanggan. Melalui produk telur organik diharapkan dapat mendukung minat pelanggan yang mulai beralih ke produk organik dan juga mendukung sustainabilitas lingkungan (Bestman & Bikker-ouwejan, 2020).

Perencanaan bisnis ini disusun berdasarkan aspek *Design Thinking*, Analisis SWOT, *Timmons Model* dan *Business Model Canvas* dengan menganalisa lingkungan usaha, manajemen dan kelayakan bisnis untuk dijalankan. Diharapkan perencanaan bisnis ini dapat memberikan manfaat bagi para pelaku usaha di bidang peternakan terutama ayam petelur yang mendukung pengambilan keputusan yang tepat.

Kewirausahaan merupakan bentuk kemampuan dan kemauan individu, baik dalam diri sendiri, di dalam tim, di dalam maupun di luar organisasi, untuk memahami dan menciptakan peluang ekonomi baru, seperti produk baru, metode produksi baru, skema organisasi baru, serta kombinasi pasar dan produk baru, serta memperkenalkan ide-ide tersebut ke pasar, dalam menghadapi ketidakpastian dan hambatan lainnya dengan membuat keputusan mengenai lokasi, bentuk, serta penggunaan sumber daya dan institusi (Atik et al., 2021). Adanya latar belakang kewirausahaan penting sebagai bekal untuk tumbuhnya ide kreatif dan inovatif dalam mengembangkan suatu bisnis (Hidayah, 2021). Bisnis peternakan ayam petelur ini diharapkan akan menjadi suatu langkah untuk membangun suatu konsep kewirausahaan yang berkelanjutan. Ciri-ciri seorang *entrepreneurship* diantaranya adalah ia merasakan peluang dan mengejar peluang yang ia rasa cocok dengan dirinya serta percaya bahwa keberhasilan pasti dapat dicapai (Rama et al., 2022).

Berdasarakan *Timmons Model* maka dimana terdapat tiga komponen utama yang berkaitan antara peluang, sumber daya, dan adanya kolaborasi dari tim. Peluang usaha adalah bagian dari proses kewirausahaan. Permintaan pasar, kemungkinan perluasan pangsa pasar, dan marjin aktivitas bisnis yang memadai adalah tanda bahwa peluang telah matang. Oleh karena itu, peluang bisnis dinilai kuat jika investor dapat mengelola bisnis hingga pengembalian modal dicapai melalui strategi yang dibuat. Sumber daya termasuk potensi kompetitif dan keunggulan yang didukung oleh kreativitas dan inovasi dalam pengembangan bisnis (E. I. et al., 2025); efisiensi biaya tetap dan variabel untuk mengurangi kesenjangan marjin; dan kemampuan untuk mengontrol harga dan struktur biaya (Nur et al., 2023). Ketiga hal ini tentu harus saling dikolaborasikan dalam penerapan rencana bisnis peternakan ayam petelur ini agar bisa saling bersinergi.

Melalui teori *Design Thinking* maka diterapkan pula analisa melalui pendekatan empati, mendefinisikan tujuan, menentukan ide, membuat prototipe dan melakukan pengujian.

Pemanfaatan teori *Design Thinking* memiliki beberapa keistimewaan yaitu dengan adanya kreativitas dan inovasi, dimana aplikasinya dapat diterapkan dalam rencana bisnis ayam petelur ini. Selain itu pendekatan dipusatkan pada pelanggan, sehingga dapat mengetahui perubahan pasar dan pergeseran minat pelanggan dengan cepat dan adaptif. Dan adanya kolaborasi mendorong pengembangan lebih cepat, didukung dengan komunikasi yang intensif sehingga menghasilkan ide yang lebih komperhensif (Aurino, 2023).

Analisa SWOT juga diperlukan untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang dari rencana bisnis peternakan ayam petelur ini. Dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan dapat memaksimalkan mendapatkan gambaran komprehensif tentang faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan dan merumuskan strategi yang sesuai untuk memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengejar peluang, dan melindungi diri dari ancaman (Yulisa et al., 2024).

Pemanfaatan Business Model Canvas dari perspektif rencana bisnis peternakan ayam petelur ini untuk menganalisa apa saja komponen *Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure.* Berbagai elemen tersebut dijabarkan untuk mengetahui lebih mendalam model bisnis seperti apa yang akan dikembangkan dan langkah pendekatan apa saja yang dapat dilakukan untuk meminimalisir resiko yang mungkin muncul di masa mendatang (Setiawan, 2023).

Melalui rencana bisnis ini diharapkan dapat memberikan suatu ide baru untuk diferensiasi produk yang memberikan nilai tambah berupa produk telur organik yang dianalisa melalui SWOT, *Timmons Model*, *Design Thinking* dan *Business Model Canvass* yang akan menunjukan kelayakan rencana bisnis ini untuk dijalankan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dimana perolehan data melalui studi literatur dan juga observasi tren pasar dan analisa secara konseptual. Teknik penelitian menggunakan alat analisa melalui,

Analisa SWOT, dengan manganalisa apa saja kekuatan yang dimiliki, bagaimana mengatasi kelemahan, peluang apa saja yang dapat dimanfaatkan dan juga bagaimana mengatasi ancaman yang mungkin muncul sehingga akan meminimalisir resiko.

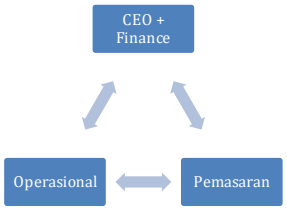
Timmons Model, dengan mensinergikan antara peluang, sumber daya dan tim yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis di masa mendatang.

Teori Design Thinking, melalui tahapan emphatize, define, ideate, prototype dan test untuk menerapkan rencana bisnis peternakan ayam petelur dengan nilai tambah berupa produk telur organik.

Business Model Canvas, dengan menganalisa *Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure.* Dianalisa lebih jauh untuk komponen sumber daya, aspek pemasaran, analisa keuangan dan juga manajemen operasional secara holistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil bisnis yang akan dijalankan berupa peternakan ayam petelur dengan produk telur organik yang memiliki *value added*. Rencana pengembangan awal dengan populasi sekitar 10.000 ekor *pullet* berumur 18 minggu (siap bertelur). Penggunaan kandang open house dengan pakan organik dan pemanfaatan *by-product* seperti kotoran sebagai bahan pupuk organik sehingga semua komponen termanfaatkan dengan baik. Nama perusahaan yang akan digunakan adalah OrganikQ. Struktur organisasi yang diterapkan masih sederhana sebagai berikut,



Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan

Deskripsi singkat dimana CEO sekaligus memegang kendali keuangan berperan penuh untuk bertanggung jawab terhadap pengambilan keputusan dan mengatur keuangan perusahaan. Operasional menangani seluruh kegiatan operasional di kandang mulai dari *pullet in* hingga panen. Bagian pemasaran bertanggung jawab untuk kegiatan promosi dan pemasaran produk hingga diterima oleh pelanggan. Struktur organisasi dibuat tidak terputus karena setiap bagian bersinergi untuk berkolaboarasi mencapai visi dan misi perusahaan yang telat ditetapkan.

Berdasarkan analisa SWOT diperoleh hasil untuk analisa matriks IFAS dan EFAS sebagai berikut,

Tabel 1. Matriks IFAS dan EFAS

Internal Strategic Factor	Bobot	Rating	Score
Strength			
Kemudahan akses lokasi peternakan/kandang	0,09	3	0,27
Pemanfaatan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi	0,11	3,5	0,38
Produk telur organik yang berkualitas	0,11	3	0,32
Kebutuhan akan komoditi telur terus meningkat	0,11	4	0,43
Mendukung program pemerintah melalui MBG	0,11	5	0,54
Total Score Strength	0,52		1,95
Weakness			
Ketergantungan terhadap pakan tertentu	0,07	2	0,14
Memerlukan tenaga kerja terampil	0,11	2,6	0,28
Modal usaha terbatas	0,09	2,5	0,23
Persaingan ketat di sektor peternakan	0,11	2,5	0,27
Fluktuasi harga yang cepat	0,10	2,9	0,29
Total Score Weakness	0,48		1,21
Total	**1,00**		**3,15**
Eksternal Strategic Factor	**Bobot**	**Rating**	**Score**
Opportunities			
Permintaan komoditi telur terus meningkat (program MBG)	0,14	4,5	0,62
Setiap rumah tangga pasti memiliki stok telur di rumah	0,11	4	0,46
Tren konsumen untuk beralih ke produk organik	0,07	3	0,21
Salah satu sumber protein hewani yang murah dan mudah dida	0,13	4,8	0,61
Pemanfaatan teknologi untuk pengembangan aplikasi IoT di kai	0,09	3,5	0,32
Total Score Opportunities	0,54		2,22
Threats			
Harga pakan yang tidak stabil	0,11	2,5	0,29
Supllai bahan baku mayor (jagung) yang terbatas saat tidak mu	0,09	2,7	0,25
Perubahan cuaca ekstrem yang berpengaruh terhadap perform	0,09	2,5	0,23
Penyakit unggas yang menyerang peternakan	0,07	1	0,07
Persaingan pasar yang sangat ketat dan berpengaruh terhadap	0,09	1,5	0,14
Total Score Threats	0,46		0,97
Total	**1,00**		**3,19**

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa skor kekuatan sekitar 1,95 dan kelemahan di 1,21. Hal ini menunjukan bahwa bisnis ini memiliki kekuatan yang signifikan untuk berkembang, meskipun masih memiliki beberapa kelemahan yang perlu diatasi. Selain itu, untuk peluang juga masih tinggi di 2,22 dan ancaman ada di 0,97 sehingga bisnis berpeluang cukup tinggi untuk berkembang dan terus meminimalisir ancaman di masa mendatang. Maka bisnis telur organik ini berpeluang tinggi untuk berekspansi. Meskipun masih adanya kelemahan dengan persaingan yang tinggi di pasar, belum lagi fluktuasi harga yang tinggi.

Namun hal ini dapat diminimalisir dengan perencanaan yang matang. Analisa SWOT dapat membantu perusahaan untuk bisa memahami beragam tantangan yang muncul dan bagaimana cara mengelola resiko yang berasal dari kelemahan dan ancaman (Eryogia et al., 2024).

Hasil analisa SWOT menunjukan bahwa rencana bisnis peternakan ayam petelur ini berada di posisi kuadran I dengan strategi agresif untuk mengembangkan bisnisnya. Produk yang ditawarkan berupa telur organik dengan pasar yang masih terbuka lebar dan menyasar diferensiasi produk dan menarik pelanggan di kalangan menengah ke atas. Diharapkan harga bisa lebih stabil daripada produk telur biasa yang memiliki banyak kompetitor. Hal ini membutuhkan perencanaan matang dan agresif untuk ekspansi, baik dari segi promosi maupun edukasi produk di pasar sehingga dapat menarik minat pelanggan yang beralih ke produk organik. Hal ini sejalan dengan perkembangan sosial dimana mulai tumbuh kesadaran terhadap bahan pangan yang dikonsumsi yang dapat memberikan manfaat bagi kesehatan (Medina-Cruz & Cruz-Monterrosa, 2024). Kelemahan yang ada perlu diatasi seperti ketersediaan stock bahan baku pakan agar tidak bergantung ke komoditi tertentu dan mulai memanfaatkan bahan pengganti yang mendukung kampanye organik. Dan ancaman yang muncul perlu diminimalisir dengan upaya preventif untuk mengurangi dampak tersebut.

Berdasarkan hasil analisa *Timmons Model* diperoleh gambaran bahwa rencana bisnis peternakan ayam petelur ini diawali dengan adanya inovasi berupa produk telur organik. Hal ini tentunya memberikan gambaran bahwa inovasi muncul karena adanya peluang dimana perubahan minat dan gaya hidup masyarakat yang mulai sadar akan kesehatan dan memilih produk telur organik yang menunjang perubahan gaya hidup mereka. Peningkatan juga terjadi dimana pelanggan mulai sadar akan kelangsungan ekologi, sosial dan ekonomi yang berkaitan dengan produksi pangan, dimana hal ini sejalan dengan perubahan pasar kearah konsep pengembangan berkelanjutan (Pawlewicz, 2020). Berikut merupakan hasil quick screen dari rencana bisnis peternakan ayam petelur,

Tabel 2. Quick screen bisnis peternakan ayam petelur

Variabel	Kriteria	Potensi Tinggi	Potensi Rendah	Kondisi Usaha Ayam Petelur	Penilaian
Peluang Pasar (Opportunity)	Kebutuhan &permintaan Konsumen	Tren hidup sehat meningkat	Minat rendah	Konsumen kelas menengah ke atas (peduli kesehatan)	Potensi tinggi
	Akses pasar	Pasar berkembang	Pasar terbatas	Segmen pasar khusus (horeca, ritel organik)	Potensi sedang
	Pertumbuhan pasar	>20%	<10%	Permintaan produk organik meningkat	Potensi tinggi
	Tingkat persaingan	Persaingan moderat	Persaingan sangat ketat	Produsen telur organik masih terbatas	Potensi tinggi
	Harga jual	Premium/stabil	Tidak stabil	Harga 1,5 sd 2 kali lipat lebih tinggi	Potensi tinggi
Keunggulan kompetitif (resources)	Diferensiasi produk	Jelas dan sulit ditiru	Sulit dan mahal	Sertifikasi organik, pakan organik	Potensi tinggi
	Modal awal	Efisien	Sangat besar	Biaya lebih tinggi dari produksi telur biasa	Potensi sedang
	Teknologi produksi	Efisien	Konvensional	SOP organik diterapkan	Potensi tinggi
	Biaya operasional	Sesuai target produk organik	Tinggi	Biaya lebih tinggi dari produksi telur biasa	Potensi tinggi
	Margin laba	>20%	<10%	Margin ± 25%	Potensi tinggi
Kreasi nilai & Realisasi	Waktu BEP	< 2 tahun	> 3 tahun	Margin ± 1 tahun	Potensi tinggi
	Arus kas	Positif dan stabil	Negatif	Penjualan setiap hari	Potensi tinggi
	Nilai tambah	Tinggi	Tanpa Nilai tambah	Branding produk organik	Potensi tinggi
Tim (team)	Pengalaman pengelola	Berpengalaman	Tidak berpengalaman	Pengalaman abk standar	Potensi tinggi
	Komitmen tim	Tinggi	Rendah	Keterlibatan langsung di lapangan	Potensi tinggi
	Pembagian tugas	Jelas sesuai SOP	Tidak jelas/tidak ada SOP	Manajemen sama	Potensi sedang

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Tabel diatas menjelaskan bahwa, secara analisa *Timmon Model* bisnis ini layak dan memiliki potensi yang tinggi untuk berkembang berdasar pada inovasi, tim dan juga aspek sumber daya yang bisa dimaksimalkan untuk maju dan berkembang. Diferensiasi produk dengan nilai tambah pada telur organik ini memberi pengaruh yang cukup besar dan memainkan peranan penting untuk arah dan minat pasar di masa mendatang. Peralihan ke produk dengan konsumsi yang berkelanjutan saat ini sering mengacu pada segala hal yang berkaitan dengan kebutuhan manusia, kesetaraan, kualitas hidup, efisiensi sumber daya, meminimalisir sampah, daur ulang produk, produk konsumsi sehaat dan aman bagi pelanggan (Thanki et al., 2022). Hasil analisa tersebut semakin menguatkan potensi yang tinggi dari produk organik yang dihasilkan untuk bisa berkembang.

Secara teori *Design Thinking* dapat dianalisa bahwa tahapan emphatize untuk bisnis ini adalah dengan memahami naiknya permintaan untuk komoditi telur, dengan adanya program MBG turut mendongkrak harga dan permintaan. Hal ini menguntungkan dengan membangun diferensiasi produk telur organik dengan segmentasi khusus. *Define*, dengan memberikan edukasi bahwa produk telur organik ini sehat dan bermanfaat. Ideate, dengan menyusun strategi berupa ide untuk promosi dan memperkenalkan keunggulan produk telur organik ini. *Prototype*, dengan membangun suatu miniatur bisnis peternakan ayam petelur ini, yang menggambarkan contoh aplikasi sebelum dituangkan secara faktual. Hal ini akan sangat membantu menganalisa kekurangan yang dapat diperbaiki. Tahap terakhir adalah pengujian untuk mengetauhi sejauh mana dampak dari desain yang telah dibangun terhadap persepsi pelanggan sehingga diperoleh umpan balik yang bermanfaat untuk evaluasi bisnis.

Aspek *Business Model Canvas* berdasar (Yeza et al., 2024) yang diterapkan dalam rencana bisnis peternakan ayam petelur ini dapat dianalisa sebagai berikut,

a. Customer Segments, kalangan perumahan, kemudian retail, tempat gym, rumah sakit ataupun horeca yang memang memiliki permintaan eksklusif untuk jenis telur ini. Diferensiasi produk yang diciptakan dari telur organik ini menyasar kalangan menengah keatas yang mulai berubah minat dan konsumsi berbagai brand organik.
b. Value Proposition, Nilai yang ditawarkan dari produk ini tentunya adalah produk telur organik yang menggunakan bahan baku pakan organik sehingga lebih sehat, bebas residu dan pangan dari telur merupakan sumber protein yang cukup mudah didapat dengan harga yang terjangkau.
c. *Channels,* saluran distribusi untuk produk telur organik ini adalah dapat melalui penjualan langsung di kendang, pelayanan eksklusif pengantaran di lingkungan sekitar, kerja sama dengan toko organik, langganan bisa ke rumah sakit atau tempat *gym* dan juga horeca.
d. *Customer Relationships,* hubungan dengan pelanggan dapat dilakukan secara bertahap dengan mengedukasi dan memperkenalkan produk telur organik ini, apa saja keunggulannya dan juga manfaat apa saja yang diperoleh.
e. *Revenue Streams,* sumber pendapatan dapat diperoleh dari penjualan telur organik tentunya yang menjadi pemasukan utama. Penjualan untuk produk telur yang premium ini dapat juga dibuat per butir dengan harga yang tinggi karena produk yang menyasar segmen tertentu. Sumber pendapatan lainnya dapat diperoleh dari penjualan kotoran ayam yang dibuat pupuk organik, selain itu untuk ayam yang sudah tidak produksi maksimal dapat diafkir kemudian dijual.
f. *Key Resources,* sumber daya utama dari peternakan ayam petelur ini tentunya adalah lahan dan kandang ayam, bibit ayam/pullet yang berkualitas baik, pakan organik, tenaga kerja yang sesuai kebutuhan, adanya sertifikasi organik itu lebih baik dan kendaraaan untuk arus *supply chain* produk.

g. *Key Activities,* aktivitas utama yang dilakukan tentunya adalah pemeliharaan ayam petelur dengan mengatur kebersihan kendang setiap harinya, koleksi telur dan memberikan pakan dan minum. Kemudian selalu melakukan *recording* untuk mengontrol bagaimana performa ayam di kendang, telur yang dihasilkan dan kontrol kesehatan ayam terutama program vaksin itu harus diawasi. Selain itu juga melakukan pemasaran telur sesuai dengan segmen pasar dan target pasar yang telah ditentukan sebelumnya.
h. *Key Partnership,* kemitraan utama dijalankan bisa dengan bekerja sama dengan penyedia pakan organik untuk mempermudah distribusi pakan. Bekerja sama juga dengan lembaga yang dapat mengesahkan sertifikasi organik sehingga produk telur ini memiliki *branding* yang eksklusif. Bekerja sama juga dengan komunitas pangan sehat/organik bisa klinik kesehatan ataupun gym. Koperasi juga bisa menjadi pilihan sebagai mitra.
i. *Cost Structure,* struktur biaya yang diperlukan untuk peternakan ayam petelur terdiri dari biaya untuk pembelian pullet dan pakan organik yang harus *customize* karena mengedepankan kualitas organik. Biaya lainnya yakni ada biaya tenaga kerja, biaya untuk kendang dan sapronak. Biaya untuk administrasi sertifikasi organik dan perizinan. Biaya logistik untuk pengiriman dan packaging, sekaligus untuk biaya pemasaran dan juga promosi, serta biaya operasional lainnya.

Berikut merupakan struktur keuangan yang mencakup biaya operasional, proyeksi pendapatan, arus kas dan perhitungan *feasibility study* untuk analisa kelayakan bisnis ayam petelur ini.

Tabel 3. Struktur Biaya

Biaya Investasi Awal	Asumsi
Sewa kandang+lahan	270.000.000
Pembelian Pullet	1.260.000.000
Total Investasi awal	**1.530.000.000**

Biaya Operasional	Biaya	Qty	Bulan	Tahun
Sewa kandang+lahan			11.250.000	135.000.000
Pembelian Pullet	126.000	10.000	52.500.000	630.000.000
Pakan	8.000	1.200	288.000.000	3.456.000.000
Tenaga Kerja	2.500.000	4	10.000.000	120.000.000
Obat dan Vaksin	17.000	10.000		170.000.000
Susut Biologis				350.623.125
Listrik dan Air	2.500.000	1	2.500.000	30.000.000
Overhead lain (bahan bakar, perawatan kandang, packing, transport)	7.500.000	1	7.500.000	90.000.000
Umum dan Adm	3.000.000	1	3.000.000	36.000.000
Total Biaya Operasional			**374.750.000**	**5.017.623.125**

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tanel diatas maka dijelaskan asusmsi untuk biaya investasi awal untuk memulai usaha peternakan ayam petelur diperlukan biaya sewa kandang dan lahan juga pengadaan pullet untuk pemeliharaan periode pertama. Total biaya investasi yang diperlukan sekitar Rp 1.530.000.000 dengan rincian biaya operasional setiap tahunnya sekitar Rp 5.017.623.125.

Proyeksi pendapatan yang dapat diperoleh untuk jangka waktu 5 tahun pertama sebagai berikut,

Tabel 4. Proyeksi pendapatan

Proyeksi Pendapatan	Produksi	Harga	Pendapatan/bln	Pendapatan/Thn
- Telur Organik	7.000	3.000	630.000.000	7.182.000.000
- Ayam Afkir*	14.875	17.000		126.437.500
- Penjualan Ekskreta/pupuk	558	200	3.348.000	20.088.000
Total Pendapatan			**633.348.000**	**7.328.525.500**

Tahun	Pendapatan	Biaya Ops.	Laba Bersih	Arus Kas Kumulatif
1	7.182.000.000	5.017.623.125	2.164.376.875	2.164.376.875
2	7.687.625.500	5.168.151.819	2.519.473.681	4.683.850.556
3	8.072.006.775	5.323.196.373	2.748.810.402	7.432.660.958
4	8.475.607.114	5.482.892.265	2.992.714.849	10.425.375.807
5	8.899.387.469	5.647.379.032	3.252.008.437	13.677.384.244

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4 diatas maka diperoleh hasil untuk pendapatan tahunan dari penjualan telur organik adalah sekitar 7 Milyar Rupiah. Dimana pendapatan diperoleh dari hasil penjualan telur dengan harga Rp 3000,- /butir, karena dijual sebagai tleur organik yang cukup eksklusif. Tingkat pendapatan yang diperoleh meningkat setiap tahunnya. Hal ini didukung dengan tingkat pertumbuhan di industri peternakan yang berbanding lurus dengan peningkatan permintaan. Dari tabel diatas dapat diperoleh pula hasil dari rasio R/C 1,43 yang menunjukan bahwa rencana bisnis peternakan ini layak untuk dijalankan. Adanya diferensiasi produk telur organik ini cukup menguntungkan karena membuka pasar dan segmentasi baru.

Berikut merupakan tabel proyeksi arus kas yang akan diperoleh dalam kurun waktu 5 tahun,

Tabel 5. Proyeksi Arus Kas

Proyeksi Arus Kas	Tahun				
	1	2	3	4	5
a. Arus Kas Operasional					
Penerimaan Kas dari Pelanggan	7.182.000.000	7.687.625.500	8.072.006.775	8.475.607.114	8.899.387.469
Beban Operasional	5.677.623.125	4.417.623.125	5.677.623.125	4.417.623.125	5.677.623.125
Kas Bersih dari Aktivitas Operasi	**1.504.376.875**	**3.270.002.375**	**2.394.383.650**	**4.057.983.989**	**3.221.764.344**
b. Arus Kas Investasi					
Pembelian Perlengkapan	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000
Pembelian Pullet	1.530.000.000		1.530.000.000		1.530.000.000
Kas Bersih dari Aktivitas Investasi	- **70.623.125**	**3.225.002.375**	**819.383.650**	**4.012.983.989**	**1.646.764.344**
c. Arus Kas Pendanaan					
Investasi awal					
Kas Bersih dari Aktivitas Pendanaan					
Kas dan Setara Kas Akhir Periode					

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Tabel diatas menjelaskan besaran penerimaan dan pengeluaran kas dalam kurun waktu 5 tahun. Dimana proyeksi arus kas meningkat setiap tahunnya dan bisnis ini cukup berkembang dengan strategi diferensiasi produk berupa telur organik.

Perhitungan NPV untuk menentukan nilai saat ini dari aliran pembayaran di masa yang akan datang adalah sebagai berikut,

Tabel 6. Analisa Net Present Value

Tahun	Arus Kas	PVIF (18%;5)	PV CF
0	- 1.530.000.000	1,00	- 1.530.000.000
1	- 70.623.125	1,18	- 59.850.106
2	3.225.002.375	1,39	2.316.146.492
3	819.383.650	1,64	498.702.186
4	4.012.983.989	1,94	2.069.852.498
5	1.646.764.344	2,29	719.815.872
			4.014.666.941

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil NPV>1, sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis ini menguntungkan dan dapat dijalankan.

Analisa IRR dibuat untuk mengetahui berapa tingkat pengembalian internal dari rencana bisnis peternakan ayam petelur ini dengan produk diferensiasi telur organik.

Tabel 7. Analisa IRR dengan tingkat diskonto 6% dan 21%

Tahun	Arus Kas	PV CF
0	- 1.530.000.000	- 1.530.000.000
1	- 70.623.125	- 57.417.175
2	3.225.002.375	2.131.669.228
3	819.383.650	440.323.596
4	4.012.983.989	1.753.262.651
5	1.646.764.344	584.932.696
		3.322.770.996

Tahun	Arus Kas	PV CF
0	- 1.530.000.000	- 1.530.000.000
1	- 70.623.125	- 66.625.590
2	3.225.002.375	2.870.240.633
3	819.383.650	687.970.313
4	4.012.983.989	3.178.659.188
5	1.646.764.344	1.230.558.115
		6.370.802.659

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

IRR yang diperoleh dari rencana bisnis peternakan ayam petelur dengan produk diferensiasi berupa telur organik adalah 42% dengan nilai profitability index =3,17. Hal ini dapat disimpulkan bahwa bisnis memperoleh tingkat keseimbangan. Hal ini menggambarkan kondisi bahwa rencana bisnis peternakan ayam petelur ini layak untuk dijalankan dengan berbagai inovasi dan kreativitas yang dilakukan, dianataranya adalah dengan strategi edukasi dan promosi mengenai produk telur organik. Selain itu manajemen pemeliharaan setelah periode pertama akan meningkat karena sudah melalui fase pertama yang merupakan fase awal pemeliharaan dan baru beradapatasi. Diharapkan periode berikutnya dapat menerapkan banyak perbaikan dan konsep baru mengenai bisnis ini karena peluangnya masih terbuka lebar.

Nilai untuk *payback period* diperoleh sekitar 8 bulan (< 1 tahun). Berdasar data karena pendapatan cenderung meningkat setiap tahunnya dan arus kas yang positif setiap tahun dengan arus kas kumulatif yang meningkat. Hal ini menunjukan bahwa bisniss peternakan ayam petelur dengan produk telur organik ini layak secara finansialm dengan pengembalian modal yang cukup cepat dan cocok untuk investasi jangka menengah -panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dari berbagai metode yang digunakan dalam rencana bisnis peternakan ayam petelur ini, maka dapat disimpulkan bahwa

Melalui aspek lingkungan bisnis, maka rencana bisnis peternakan ayam petelur ini memenuhi kriteria dari berbagai aspek lingkungan internal dan eksternal yang mana produk telur organik dapat menjadi produk diferensiasi baru dengan segmen pasar khusus. Melalui analisa *Design Thinking* maka rencana bisnis peternakan ayam petelur ini menarik untuk dikembangkan dengan penerapan teori *Design Thinking* yang mengaktualisasikan produk telur organik secara komersial. Analisa SWOT memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan dari segi produk telur organik, kelemahan dari sisi permodalan dan strategi pemasaran, peluang sangat besar untuk membuka segmenatasi pasar baru dan analisa ancaman untuk memperkecil resiko di kemudian hari. Melalaui analisa *Timmons Model* maka rencana bisinis peternakan ayam petelur dengan produk organik memiliki potensi yang sangat tinggi untuk berkembang. Selain itu melalui *Business Model Canvas* dapat dianalisa secara spesifik posisi dan kebutuhan di pasar untuk mengembangkan bisnis telur organik ini.

Sebagai bahan pertimbangan dan saran untuk rencana bisnis peternakan ayam petelur ini diantaranya adalah persiapkan dana investasi sebagai modal awal karena untuk memulai diperlukan biaya yang tinggi. Selain itu, buka jaringan yang luas agar dapat membantu dalam strategi pemasaran, promosi dan edukasi produk telur organik agar semakin dikenal di pasar. diversifikasi produk harus terus dikembangkan untuk menjaga stabilitas dan eksklusifitas

produk dalam pasar. Melalui analisa keuangan cukup untuk menggambarkan strategi pembiayaan yang harus dijalankan agar bisnis stabil dan keberlanjutan.

REFERENSI

Aditama, M. (2024). *Analisis kelayakan finansial peternakan bebek petelur di padukuhan ngebo*.

Atik, D., Winarsih, S., Si, M., Kasiwi, A. N., Ip, S., & Ip, M. (2021). *ENTREPRENEURSHIP*. The Journal Publishing.

Aurino, D. (2023). Design Thinking: Menyelesaikan Masalah dengan Kreativitas. In *Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pendidikan Indonesia*. https://repository.bakrie.ac.id/7760/1/Design Thinking- Menyelesaikan Masalah dengan Kreativitas.pdf

Berkhoff, J., Alvarado-gilis, C., Keim, J. P., Alcalde, A., & Vargas-bello-p, E. (2020). Consumer preferences and sensory characteristics of eggs from family farms. *Poultry Science*, 6239–6246. https://doi.org/10.1016/j.psj.2020.06.064

Bestman, M., & Bikker-ouwejan, J. (2020). *Predation in Organic and Free-Range Egg Production*. 1–17.

E. I., D., C. D., B., & A., A. (2025). Creativity, Innovation, and Entrepreneurial Development at Media Mall Eket, Akwa Ibom State. *International Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, *8*(1), 35–52. https://doi.org/10.52589/ijebi-ztcqo9vm

Eryogia, K. N., Diah, K., Utami, C., Siti, D., Sundari, A., Bintang, A. N., & Wibisana, W. D. (2024). *Penerapan Porter Five Forces Dan Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi PT Roves Global Food PT Roves Global Food memiliki peluang unik untuk memanfaatkan potensi dalam industri pengolahan makanan di Indonesia . Berawal dari permasalahan lingkungan loka*. *2*(2), 105–118.

Fadilah, L., Siva, F., Maulana, M. Z., & Yaqin, M. A. (2022). *Pemodelan proses bisnis peternakan ayam petelur*. *7*(1), 49–64.

Hidayah, F. (2021). Penggunaan Business Model Canvas sebagai Upaya Menumbuhkan Minat Berwirausaha. *Jurnal Al-Tatwir*, *8*(1), 39–54. https://doi.org/10.35719/altatwir.v8i1.33

Hisasaga, C., Grif, S. E., & Tarrant, K. J. (2020). Survey of egg quality in commercially available table eggs. *Poultry Science*, *2020*, 7202–7206. https://doi.org/10.1016/j.psj.2020.09.049

Jel, L., Крамський, С. О., & Невизначеності, П. В. У. (2022). *Удк 338.439.5/63 jel l10, q18*. *24*(2), 100–109.

Medina-Cruz, M. F., & Cruz-Monterrosa, D. Z.-C. R. V. P.-R. J. E. A.-T. M. R.-E. R. G. (2024). Nutritional aspects , production and viability in the market of organic chicken eggs : Review. *Food Chemistry Advances*, *4*(July 2023), 0–5. https://doi.org/10.1016/j.focha.2023.100595

Mesas, A., Fernández-Rodríguez R, Martínez-Vizcaíno V, L.-G. J., Fernández-Franco S, B.-P. B., & M, G.-M. (2022). Organic Egg Consumption : A Systematic Review of Aspects Related to Human Health. *Frontiers in Nutrition*, *9*(June). https://doi.org/10.3389/fnut.2022.937959

Nur, U., Handhini, F., & S, Y. E. (2023). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Perencanaan Usaha Makanan Chick Me Up*. *5*, 69–76. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.196

Pawlewicz, A. (2020). Change of Price Premiums Trend for Organic Food Products : The Example of the Polish Egg Market. *Agriculture*, 14–18.

Rama, A., Ganefri, G., & Yulastri, A. (2022). Konsep Entrepreneur dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal EDUCATIO (Jurnal Pendidikan Indonesia)*, *8*(1), 87–92.

Setiawan. (2023). *Business Model Canvas*. *5*(2), 199–216.

Thanki, H., Shah, S., Oza, A., & Vizureanu, P. (2022). *Sustainable Consumption : Will They Buy It Again ? Factors Influencing the Intention to Repurchase Organic Food Grain*. *11*,

1–15.

Yeza, Marsya Halya Alfrida, Fauzi Adi Saputra, & Wien Kuntan. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas pada Usaha Craftwave.id. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, *3*(1), 49–57. https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v3i1.2767

Yulisa, D., Erdiansyah, I. B., Septiawan, F. D., Sugiri, S. Q., & Budiarti, L. (2024). Analisa Lingkungan Internal dan Eksternal. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, *4*(6), 1752–1760. https://doi.org/10.59141/comserva.v4i6.2496