

## **Pengelolaan Usaha Telur Ayam Ras di Agen Telur Bapak Anton Sumatera Barat**

**Pisa Daswita<sup>1</sup>, Bagus Priyo Purwanto<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Sekolah Vokasi IPB University, Indonesia

Email: [pisadaswita@apps.ipb.ac.id](mailto:pisadaswita@apps.ipb.ac.id)<sup>1</sup>, [baguspu@apps.ipb.ac.id](mailto:baguspu@apps.ipb.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Kebutuhan konsumsi telur ayam di dalam negeri terus meningkat sejalan dengan bertambahnya penduduk untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Penyediaan telur konsumsi ini pada umumnya dilakukan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM). Salah satu UKM yang ada di Payakumbuh yaitu Agen Telur Bapak Anton yang melakukan perdagangan antar provinsi. Akan tetapi penelitian atau informasi tentang kelayakan usaha perdagangan telur yang dilakukan oleh UKM masih sangat kurang. Kajian analisis UKM ini dilakukan selama 4 bulan dengan tujuan untuk mengetahui dan mengkaji pengelolaan usaha dan tataniaga telur ayam ras antar provinsi dari Payakumbuh, Sumatera Barat ke Jambi. Metode analisis yang digunakan yaitu finansial dan non finansial. Kegiatan pengelolaan usaha dimulai dari sortir telur, pengemasan telur dan diakhiri dengan kegiatan pendistribusian (pengiriman) telur. Pengiriman telur ke Jambi dilakukan setiap hari Rabu. Jalur tataniaga yang terbentuk dari usaha Agen Telur Bapak Anton yaitu peternak, tengkulak, distributor (Agen Telur Bapak Anton), *retailer*/ pengecer dan berakhir di konsumen. Total biaya produksi yang dikeluarkan selama pendistribusian yaitu Rp 1.088.815.778 dengan total penjualan telur selama 4 bulan sebanyak 45.078 kg. Penerimaan yang diperoleh sebesar Rp 1.171.818.000. Keuntungan yang diterima dari total penjualan telur 45.078 kg selama 4 bulan yaitu Rp 83.208.076, dengan *Revenue Cost Ratio* (R/C) 1,075. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa usaha Agen Telur Bapak Anton ini layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci:** *Distribusi antar Provinsi, Kelayakan Usaha, Usaha Telur Ayam.*

## ***Management of Chicken Egg Business at Bapak Anton's Egg Agency in West Sumatra***

### **Abstract**

Domestic demand for chickens' eggs increases with population growth in order to fulfill the need for animal protein. Generally, provision of consumption eggs was done by Small and Medium Enterprises (SME). One of the SME that trade eggs in Payakumbuh is bapak Anton's Egg Agency, which doing inter-provincial trade. However, studies on eggs' SME business analysis is not yet well documented. The present study was done for 4 months to identify and evaluate the business management and marketing system of layer eggs trader inter-provincially from Payakumbuh, West Sumatra to Jambi. Financial and non financial parameters were measured to analyze business feasibility. The business activities carried out include egg sorting, egg packing, and egg distribution. Egg distribution was conducted from Payakumbuh, West Sumatra to Jambi on Wednesday. The eggs' trading supply chain run by bapak Anton's Egg Agency consist of farmers, middlemen, distributors (bapak Anton's Egg Agency), retailers and consumers. The total cost of egg trading for 4 month periode was Rp

1.088.815.778 for 45.078 kg of eggs. The total revenue was Rp 1.171.818.000, with the profit over the periode was Rp 83.208.076, and Revenue-Cost (R/C) Ratio was 1,075. It was concluded that the egg's business of bapak Anton was worth running.

**Keywords:** *Distribution between Provinces, Business Feasibility, Chicken Egg Business.*

## PENDAHULUAN

Sejalan dengan kemajuan zaman, kesadaran masyarakat terhadap peran protein hewani dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia semakin meningkat. Selain itu, peningkatan taraf kesejahteraan masyarakat turut mendorong tingginya permintaan terhadap produk peternakan, khususnya telur ayam ras. Ayam ras petelur (*layer*) merupakan salah satu contoh ayam komersial yang memiliki produktifitas dan prospek yang sangat baik untuk dikembangkan (Purba *et al.* 2023).

Mayoritas masyarakat cenderung menjadikan telur ayam ras sebagai pilihan utama sumber protein hewani karena mudah diperoleh dan praktis, sehingga cocok untuk mencukupi kebutuhan protein hewani keluarga. Selain itu telur memiliki keunggulan kandungan nutrisi yang tinggi serta harga yang relatif lebih ekonomis bila dibandingkan dengan sumber protein lainnya. Saat ini, permintaan telur di dalam negeri terus mengalami peningkatan seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk yang membutuhkan asupan protein hewani. Selain itu, upaya pemerintah dalam meningkatkan gizi masyarakat khususnya anak-anak turut mendorong peningkatan konsumsi telur ayam.

Produksi telur ayam ras saat ini baru memenuhi sekitar 65% dari kebutuhan pasar, sementara sisanya dipenuhi dari telur ayam kampung, itik dan puyuh. Produksi telur ayam ras di Jambi mengalami penurunan dari tahun 2022 hingga 2023. Pada tahun 2022 produksi telur mencapai 69.078,65 ton dan pada tahun 2023 yaitu 42.869,60 (BPS 2023). Data ini menunjukkan adanya penurunan produksi telur ayam ras di Jambi, hal ini menyebabkan perlu adanya pemasokan telur dari luar Jambi untuk memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat Jambi. Hal ini menjadikan usaha distributor telur ayam dari luar daerah Jambi, seperti Payakumbuh sebagai pilihan usaha yang menarik dan memiliki prospek yang cerah. Payakumbuh dikenal sebagai pusat utama produksi telur ayam ras di Provinsi Sumatera Barat dan sekitarnya seperti Riau dan Jambi. Data (BPS 2023) menunjukkan produksi telur ayam mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga 2023 sebanyak 5.754.924 ton.

Agan Telur Bapak Anton merupakan salah satu usaha distribusi telur ayam dari Payakumbuh, Sumatera Barat ke Jambi. Dalam menjalankan usaha perlu dilakukan manajemen, baik itu manajemen produksi, keuangan, sumber daya manusia, hingga manajemen pemasaran untuk mempertahankan usaha yang dijalani tanpa mengalami kerugian. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penelitian ini bertujuan dapat mengetahui dan mengkaji tataniaga dan pengelolaan usaha dibidang telur ayam ras antar provinsi dari Payakumbuh, Sumatera Barat ke Jambi.

## METODE

Penelitian dilaksanakan pada bulan November 2024 sampai Februari 2025 di Agen Telur Bapak Anton, Mungka, Kabupaten Lima Puluh Kota, Provinsi Sumatera Barat. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Untuk mengetahui kelayakan usaha Agen Telur Bapak Anton, data yang diperoleh dianalisis menggunakan beberapa aspek

keuangan. Aspek keuangan yang dihitung pada penjualan telur ayam meliputi biaya tetap (*Fixed Cost*), biaya variabel (*Variable Cost*), dan biaya total (*Total Cost*). Biaya merupakan pengeluaran yang tidak bisa dihindari dan memiliki peran krusial dalam proses pengambilan keputusan setiap kegiatan usaha. Besarnya biaya produksi yang dikeluarkan akan sangat mempengaruhi tingkat keuntungan yang diperoleh oleh suatu usaha. Biaya total (*Total Cost*) dapat diketahui dengan rumus berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = Biaya Total (Rp)

TFC = Total Biaya Tetap (Rp)

TVC = Total Biaya Variabel (Rp)

Penerimaan dari penjualan telur didapatkan dengan perkalian antara total telur yang dijual dengan harga jual telur. Rumus penerimaan sebagai berikut (Dzakir *et al.* 2022).

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total Penerimaan (Rp)

P = Harga Jual (Rp/Kg)

Q = Jumlah Penjualan (Kg)

Pendapatan merupakan inti atau tujuan dari setiap jenis usaha. Keuntungan akan semakin besar jika jumlah penerimaan yang diperoleh lebih besar dari jumlah pengeluaran. Menurut (Saeri 2018) pendapatan dapat dirumuskan secara matematis sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

$\Pi$  = Total Pendapatan (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Biaya Total (Rp)

Di samping biaya, penerimaan dan pendapatan dianalisa juga nilai titik impas (BEP unit dan BEP harga). Menurut (Zentiko *et al.* 2015) rata-rata nilai titik impas unit dan titik impas harga dapat dirumuskan secara matematis sebagai berikut:

$$\text{BEP Unit (Kg)} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{Harga Jual}}$$

$$\text{BEP Harga (Rp/ Kg)} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{Volume Penjualan}}$$

Pendapatan yang besar tidak selalu mencerminkan tingkat efisiensi usaha yang tinggi (Candra *et al.* 2012). Evaluasi usaha dapat diketahui menggunakan nilai R/C. *Revenue Cost Ratio* (R/C) merupakan perbandingan antara penerimaan dengan biaya. Menurut (Nawawi *et al.* 2017) *Revenue Cost Ratio* (R/C) dapat dirumuskan secara matematis sebagai berikut:

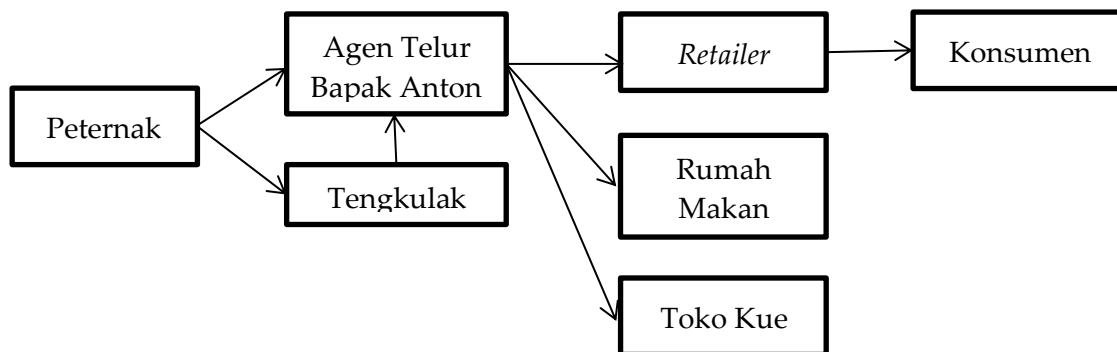
$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan (Rp)}}{\text{Biaya Total (Rp)}}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Manajemen Produksi

#### 1. Tata Niaga

Agen Telur Bapak Anton merupakan usaha yang bergerak sebagai distributor telur ayam ras. Pada rantai tata niaga Agen Telur Bapak Anton merupakan pelaku kedua dan ketiga dalam tataniaga. Untuk penjualan telur ayam ras hingga sampai ke tangan konsumen, terdapat rantai tata niaga yang terbentuk yaitu peternak, tengkulak, distributor/ Agen Telur Bapak Anton, *retailer*/ pengecer dan yang terakhir yaitu konsumen. Menurut (Romadon 2017) besar kecilnya biaya pemasaran serta biaya yang dibayarkan oleh konsumen dipengaruhi oleh panjang pendeknya rantai tata niaga.



Sumber: Agen Telur Bapak Anton (2025)

Gambar 1 Rantai Tataniaga Agen Telur Bapak Anton

Berperan sebagai pelaku kedua dalam tata niaga Agen Telur Bapak Anton membeli telur ayam ras langsung kepada peternak dengan harga beli telur pada setiap peternak berbeda-beda tergantung volume telur yang dibeli. Semakin banyak telur yang dijual kepada bapak Anton maka harga belinya juga semakin tinggi. Sebagai pelaku ketiga Bapak Anton membeli telur kepada salah satu tengkulak yang ada di Lima Puluh Kota dengan harga beli telur rata-rata Rp 10.000–15.000/ikat telur lebih mahal dibanding dibeli langsung kepada peternak. Kelebihan membeli telur kepada tengkulak yaitu ketersediaan telur yang terjamin dan dalam skala yang besar serta proses yang cepat serta praktis dikarenakan Agen Telur Bapak Anton tidak perlu berinteraksi dengan banyak peternak.

#### 2. Penyediaan Telur

Telur yang disediakan di Agen Telur bapak Anton berasal dari peternak kecil ayam ras di Simpang Kapuak, Lima Puluh Kota. Agen Telur Bapak Anton sudah berlangganan untuk membeli atau mengambil telur ayam ras dengan 4-5 peternak dan 1 tengkulak. Telur akan diambil dari tengkulak pada hari Selasa dan telur dari peternak diambil setiap hari Selasa dan Rabu. Sebelum didistribusikan telur dari peternak akan disortir dan diikat. Setiap 1 ikat telur terdiri dari 10 *egg tray*. Telur akan disusun di atas mobil sesuai dengan tata letak yang sudah ditetapkan dan jumlah telur dari setiap peternak. Selanjutnya telur akan langsung didistribusikan pada Rabu sore ke Jambi.

#### 3. Sortir Telur

Penanganan telur di Agen telur Bapak Anton dilakukan dua kali yaitu di penanganan saat pengambilan telur dari peternak (sortir) dan saat didistribusikan.

Penanganan telur saat pengambilan telur dari peternak yaitu dengan cara mengecek keutuhan kerabang telur dari keretakan, keabnormalan, kebersihan, dan yang tak kalah pentingnya yaitu *grading* telur. Saat penyortiran telur yang kerabangnya mengalami keretakan dan abnormal akan diganti dengan telur normal. Sedangkan telur yang kotor dibersihkan menggunakan kain lap yang bersih dan kering. *Grading* telur sendiri dilakukan sesuai dengan ukuran telur yaitu telur kecil (bujang) dengan bobot <66 gram/butir dan telur ukuran besar dengan bobot >66 gram/butir. Penanganan telur pada saat didistribusikan tidak jauh berbeda dengan saat pengambilan dari peternak yaitu melihat kembali kondisi kerabang dari keretakan, telur yang retak akan dipisahkan dan diganti dengan telur yang utuh.

#### 4. Penjualan Telur

Penjualan telur di Agen Telur Bapak Anton dilakukan dengan berinteraksi langsung dan menjalin kerja sama sebagai pelanggan tetap serta komunikasi yang baik dengan konsumen. Membangun komunikasi yang baik dengan konsumen sangatlah penting untuk meningkatkan reputasi, loyalitas serta kepercayaan konsumen. Komunikasi yang dilakukan secara terbuka mengenai harga maupun kualitas telur kepada konsumen sebelum dilakukan akad jual beli. Rata-rata penjualan telur ayam ras di Agen Telur Bapak Anton yaitu 130 ikat telur setiap pekan. Telur di Agen Telur Bapak Anton dijual per *egg tray* bukan per bobot telur.

### Manajemen Keuangan

#### 1. Biaya Produksi

Biaya usaha adalah pengeluaran yang tidak dapat dihindarkan dan berperan sangat penting dalam pengambilan keputusan setiap usaha (Dzakir *et al.* 2022). Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi akan sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang akan diperoleh dalam suatu usaha. Biaya usaha dibagi atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya dengan nilai tetap yang tidak berubah walau terjadi peningkatan ataupun penurunan volume produksi atau penjualan dan bersifat konstan. Biaya tetap di Agen Telur Bapak Anton mencakup SDM dan biaya oenyusutan dari mobil dan pisau Sedangkan biaya variabel yaitu biaya yang dikeluarkan berubah-ubah sesuai dengan perubahan hasil produksi perusahaan yang mencakup telur, tray bekas, tali rafia, solar, uang jalan dan cuci mobil.

Tabel 1 Biaya Produksi Agen Telur Bapak Anton

Komponen	Periode (Rp)			
	November	Desember	Januari	Februari
Biaya Tetap	4.162.605	3.330.084	3.330.084	4.162.605
Biaya Variabel	274.594.500	242.656.500	239.865.600	316.713.800
Total Biaya/ Bulan	278.757.105	245.986.584	243.195.684	320.876.405

Sumber: Agen Telur Bapak Anton (2025)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa biaya variabel yang dikeluarkan di Agen Telur Bapak Anton setiap bulannya berbeda-beda. Pengeluaran biaya paling banyak terjadi pada bulan Februari sebesar Rp 320.658.681. Biaya paling sedikit terjadi pada bulan Desember yaitu sebesar Rp 243.310.481. Besar kecilnya biaya variabel dipengaruhi oleh

jumlah produksi yang dilakukan pada bulan tersebut. Total biaya yang dikeluarkan dari bulan November 2024-Februari 2025 yaitu Rp 1.088.609.924.

## 2. Penerimaan

Penerimaan merupakan sejumlah barang atau jasa yang dapat dibeli oleh konsumen dalam jangka waktu tertentu dengan mempertimbangkan berbagai faktor. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan meliputi harga barang tersebut, proyeksi perubahan harga, respon atau selera konsumen, serta pengaruh dari pengeluaran iklan dan faktor lainnya (Sugiharsono & Wahyuni, 2019; Aisyah, *et.al.*, 2023). Perhitungan untuk mendapatkan data penerimaan dalam sebuah usaha yaitu perkalian antara total penjualan yang dihasilkan dengan harga pasar yang berlaku. Agen Telur Bapak Anton menjual 2 ukuran telur ayam ras yaitu ayam telur kecil dan telur besar. Setiap ukuran telur memiliki bobot yang berbeda-beda. Telur kecil memiliki bobot rata-rata 16,7 kg/1 ikat/10 *egg tray* dan dijual dengan harga rata-rata Rp 450.000/1 ikat. Telur normal memiliki bobot rata-rata 19 kg/1 ikat/10 *egg tray* dan dijual dengan harga rata-rata Rp 500.000/1 ikat.

Tabel 2 Penerimaan di Agen telur Bapak Anton

Komponen	Periode			
	November	Desember	Januari	Februari
Penjualan (Kg)	12.179	9.914	9.452	13.533
Penjualan (Ikut)	650,3	538,8	499,4	720,0
Rataan harga jual (Rp/kg)	24.594	26.737	27.245	27.245
Rataan harga jual (Rp/ikut)	401.085	430.875	466.583	427.181
Total (Rp)	299.530.500	265.075.500	257.517.500	349.694.500

Sumber: Agen Telur Bapak Anton (2025)

Tabel 2 menunjukkan penerimaan dari hasil penjualan telur di Agen Telur Bapak Anton tergantung dari jumlah telur ayam yang dijual. Volume penjualan pada bulan Desember dan Januari lebih sedikit dibanding bulan November dan Februari dikarenakan Agen Telur Bapak Anton hanya menjual telur 1 kali dalam satu pekan dan pada bulan Desember hanya dilakukan penjualan sebanyak 4 kali sedangkan pada bulan November dan Februari sebanyak 5 kali. Lebih banyak telur yang dijual maka akan mendapatkan penerimaan yang lebih besar dan sebaliknya untuk jumlah penjualan yang sedikit maka penerimaan akan turun (Zaini 2010). Total penerimaan dari bulan November 2024 hingga Februari 2025 yaitu Rp 1.171.818.000.

## 3. Keuntungan

Keuntungan merupakan penerimaan yang diperoleh dari hasil perdagangan dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan. Keuntungan dalam kegiatan perdagangan tercapai apabila total penerimaan melampaui total biaya yang dikeluarkan selama proses operasional berlangsung (Waren 2017). Keuntungan akan bertambah jika selisih antara penerimaan dengan pengeluaran semakin besar.

Tabel 3 Keuntungan di Agen Telur Bapak Anton

Komponen	Periode (Rp)			
	November	Desember	Januari	Februari
Penerimaan	299.530.500	265.075.500	257.517.500	349.694.500
Biaya Total	278.757.105	245.986.584	243.195.684	320.876.405
Keuntungan	20.773.395	19.088.916	14.321.816	28.818.095
Total Keuntungan				83.002.222

Sumber: Agen Telur Bapak Anton (2025)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa keuntungan paling tinggi selama 4 bulan diperoleh pada bulan Februari sebesar Rp 29.035.819. Hal ini disebabkan harga telur yang murah dari peternak dengan jumlah penjualan telur yang bertambah serta harga jual yang lebih mahal. Didukung oleh pendapat (Ramadhan *et al.* 2022) pada dasarnya, hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang, maka jumlah permintaan terhadap barang akan semakin tinggi. Keuntungan paling rendah diperoleh pada bulan Januari sebesar Rp 14.207.019, disebabkan volume telur yang sedikit dan harga telur dari peternak serta harga jual telur yang mahal sehingga Agen telur Bapak Anton tidak bisa mengambil keuntungan yang tinggi. Selain itu besar kecilnya keuntungan dipengaruhi oleh rantai tataniaga, apabila Agen telur Bapak Anton banyak mengambil stok telur dari peternak langsung maka keuntungan yang diterima akan semakin banyak dan apabila Agen Telur Bapak Anton banyak mengambil telur dari tengkulak amak keuntungan yang diterima akan semakin sedikit. Pedagang yang menjual produk dalam jumlah yang lebih besar cenderung memperoleh penerimaan yang lebih tinggi, sedangkan pedagang dengan jumlah produk terbatas akan menerima pendapatan yang relative lebih rendah (Dzakir *et al.* 2022).

### 3. Titik Impas

Titik impas merupakan suatu keadaan yang dapat timbul dalam setiap usaha, yaitu keadaan dimana usaha tersebut tidak mengalami kerugian maupun mendapat keuntungan (Ananda *et al.* 2025). Pernyataan tersebut sesuai dengan dengan (Anderson 2019) titik impas tercapai ketika total pendapatan sama dengan total pengeluaran.

Tabel 4 Titik impas Agen Telur Bapak Anton

Komponen	Periode			
	November	Desember	Januari	Februari
BEP Unit (Kg)	11.334	9.200	8.926	12.418
BEP Harga (Rp/Kg)	22.888	24.812	25.730	23.711

Sumber: Agen Telur Bapak Anton (2025)

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa Agen Telur Bapak Anton telah menetapkan harga jual dan volume jual lebih besar dari titik impas setiap bulannya. Agen Telur Bapak Anton memiliki titik impas unit terendah pada bulan Januari, tetapi titik impas harga tertinggi, yang menunjukkan peningkatan biaya atau penurunan harga jual. Sedangkan pada bulan Februari titik impas unit tertinggi yang berarti volume penjualan harus lebih besar agar usaha tetap berada pada kondisi impas. Perbedaan titik impas unit dan titik impas harga disebabkan harga jual serta volume pendistribusian pada setiap

bulannya berbeda-beda. Berdasarkan Tabel 4, dapat dikatakan bahwa Agen Telur Bapak Anton telah menetapkan harga jual dan volume jual lebih besar dari titik impas pada setiap bulannya.

#### 4. Revenue Cost Ratio

*Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) merupakan salah satu perhitungan penerimaan untuk mengetahui seberapa besar penerimaan yang diperoleh suatu usaha dari biaya yang telah dikeluarkan. Tujuan dari perhitungan R/C yaitu untuk mengukur kelayakan finansial suatu usaha, yaitu dengan membandingkan total penerimaan dengan total biaya (Septiadi dan Mundiya 2021).

Tabel 5 Nilai R/C Ratio Agen Telur Bapak Anton

Keterangan	Periode (Rp)			
	November	Desember	Januari	Februari
Penerimaan	299.530.500	265.075.500	257.517.500	349.694.500
Biaya Penjualan	278.757.105	245.986.584	243.195.684	320.876.405
R/C	1.07	1.08	1.06	1.09
Rata-rata R/C selama 4 bulan				1.075

Sumber: Agen Telur Bapak Anton (2025)

Berdasarkan Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa nilai R/C Ratio di Agen Telur Bapak Anton setiap bulannya menunjukkan angka >1 yang artinya usaha yang dijalankan Bapak Anton layak untuk dijalankan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Kaidah *et al.* 2022) bahwa nilai R/C Ratio lebih besar dari 1 dinyatakan layak untuk diusahakan. Semakin tinggi R/C Ratio, maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dapat diperoleh dari suatu kegiatan usaha atau bisnis.

#### SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan analisis usaha di Agen Telur Bapak Anton dimulai dari sortir telur, packing telur dan yang terakhir yaitu pendistribusian telur ke Jambi. Proses produksi dilakukan setiap hari Selasa dan Rabu. Rata-rata penjualan telur yaitu 11.270 kg setiap bulannya. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan usaha ini sudah layak untuk dijalankan dengan nilai R/C sebesar 1,075. Begitupun, penelitian ini menyarankan sebaiknya Agen Telur Bapak Anton perlu melakukan *grading* yang lebih selektif lagi, karena masih banyak ditemukan telur kotor. Melakukan penambahan sumber daya manusia (SDM) dalam kegiatan produksi dikarenakan dalam proses produksi masih menggunakan cara konvensional sehingga pada kegiatan produksi tersebut membutuhkan waktu yang lebih lama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Al Aflah, N., Aryansyah, R., Manurung, E. H., Lubis, A. H., & Maghfirah, A. Y. (2023). Implementasi Manajemen Teknologi Media Sosial Instagram Sebagai *Space Promotion* pada UMKM Henna Art Medan. *Abdi Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 115-118. <https://doi.org/10.61253/abdicendekia.v2i1.90>.
- Ananda, D., Ningrum, D., & Adilia, R. (2025). Studi Kelayakan Bisnis Dari Aspek Keuangan. *Jurnal: Ekonomi, Akuntansi, dan Manajemen*, 3(2), 302-310.
- Anderson DR, Sweeney DJ, Williams TA, Camm JD, Cochran J, Fry M dan Ohlmann JW. 2019. An introduction to management science: Quantitative Approaches to Decision Making (15<sup>th</sup> ed.) Boston: Cengage Learning, Inc.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2023. Produksi Telur Ayam Petelur Menurut Provinsi (Ton) 2021-2023. BPS [internet]. [diunduh 2024 Desember 21]. Tersedia pada: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDklxzl=/produksi-telur-ayam-petelur-menurut-provinsi-ton-html>
- Candra, S. H. D., Utami, & Hartono, B. (2012). Analisis Ekonomi Usaha Ayam Petelur CV. Santoso Farm. Malang: Universitas Brawijaya
- Dzakir, A., Saili, T., & Hadini, H. (2022). Analisis Pendapatan Pedagang Telur Ayam Ras di Pasar Wawotobi. *Jurnal: Ilmiah Peternakan Halu Oleo*, 4(3), 165-17.
- Kaidah, N., Sunaryo, Y., & Dwirayani, D. (2022). Analisis Laba Dan Kelayakan Usaha pada Home Industry Tape Ketan (Kasus di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon). *Jurnal : Agri Wiralodra*, 14(2), 43-51.
- Nawawi, A. M., Andayani, S. A., dan Dinar. (2017). Analisis Usaha Peternakan Ayam Petelur (Studi Kasus Pada Peternakan Ayam Petelur Cihaur, Maja, Majalengka, West Java). *Jurnal: Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 5.
- Purba, A. P., Indra, S. B., & Rozalina. (2023). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Peternakan Ayam Broiler (*Gallus Domesticus*) (Studi Kasus: Peternakan Ayam Broiler Di Desa Tapak Meriah Kecamatan Silindia Kabupaten Serdang Bedagai). *Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Scences*, 7(1), 52-55.
- Putra, I. (2017). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan pada Ud. Kacang sari di Desa Tamblang. *Jurnal : Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(20), 397-407.
- Ramadhan, O., Prayuningsih, H., & Hadi, S. (2022). Analisis Permintaan Telur Ayam Ras di Kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta*, 1(2), 116-131.
- Romadon, M. (2017). Analisis Efisiensi Tata Niaga Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit (Study Kasus: Petani Perkebunan Inti Rakyat Desa Meranti Paham Kecamatan Panai Hulu, kabupaten Labuhan Batu). *Wahana inovasi: Jurnal penelitian dan pengabdian masyarakat UISU*, 6(12), p. 11.
- Saeri, M. (2018). Usahatani dan Analisisnya. Malang: Malang Press.
- Septiadi, D., & Mundiayah, A. (2021). Karakteristik dan Analisis Finansial Usahatani Tomat di Kabupaten Lombok Timur. *Agroteksos*, 31(3), 194-202.
- Sugiharsono & Wahyuni, D. (2019). Dasar-Dasar Ekonomi. Depok: Rajawali press.
- Waren. (2017). Pengantar Akuntansi I : Adaptasi Indonesia. Penerbit Salemba. Jakarta.
- Zaini, A., (2010). Pengaruh Biaya Produksi dan Penerimaan Terhadap Pendapatan Petani pada Sawah di Loa Gagak Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal E PP*, 7(1), 1-7.