

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dalam sektor peternakan dan pertanian. Salah satu subsektor peternakan yang berkembang adalah budidaya unggas, terutama itik, yang hasil utamanya berupa telur. Telur dapat diolah dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan mengawetkan dan mengasinkan telur tersebut yang disebut dengan telur asin. Jenis telur yang digunakan untuk membuat telur asin adalah telur itik (Santoso et al., 2020). Produk telur asin menjadi salah satu bentuk diversifikasi produk peternakan yang bernilai ekonomis.

Telur asin merupakan salah satu produk makanan yang disukai oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Permintaan terhadap telur asin cenderung stabil karena sering dijadikan sebagai lauk praktis maupun oleh-oleh khas dari beberapa daerah, termasuk di Sulawesi Selatan. Telur asin dibuat dari telur itik yang memiliki karakteristik tertentu. Telur asin dikenal memiliki rasa khas, cara penyajian yang mudah, serta daya tahan yang cukup lama. Telur asin merupakan salah satu produk pangan yang digemari masyarakat karena rasanya khas, praktis, dan memiliki daya simpan yang relatif lama. Menurut Rizal et al. (2021), produk telur asin memiliki keunggulan dari segi daya tahan, sehingga potensial dikembangkan sebagai pangan lokal yang bernilai ekonomi tinggi. Selain itu, penelitian Putri & Yuliana (2022) menunjukkan bahwa inovasi pada rasa dan kemasan mampu meningkatkan minat beli konsumen terhadap telur asin sebagai oleh-oleh khas daerah.

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi dengan potensi besar dalam pengembangan budidaya itik, baik dari sisi jumlah populasi maupun produksi telur. Ketersediaan sumber daya alam dan kebiasaan masyarakat dalam beternak itik turut memperkuat sektor ini. Data perkembangan populasi itik dan produksi telur itik Sulawesi Selatan dapat dilihat pada Tabel 1. berikut :

Tabel 1. Populasi dan Produksi Itik di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2020–2024

| Tahun           | Jumlah Populasi/Ekor | Jumlah Produksi Telur |
|-----------------|----------------------|-----------------------|
| 2020            | 6.193.104            | 38.744,73             |
| 2021            | 6.563.021            | 41.053,37             |
| 2022            | 6.907.407            | 42.177,40             |
| 2023            | 6.742.456            | 44.633,30             |
| 2024            | 3.957.275            | 23.878,00             |
| Total Rata-Rata | 6.072.652,6          | 38.097,36             |

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2025.

Berdasarkan Tabel 1. dapat dilihat bahwa Pada Tabel 1 terlihat bahwa adanya fluktuasi populasi dan produksi itik di Sulawesi Selatan pada periode 2020–2024 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020 jumlah populasi itik tercatat sebanyak 6,19 juta ekor dengan produksi 38,74 ribu ton. Populasi terus meningkat hingga tahun

2022 mencapai 6,90 juta ekor dengan produksi 42,17 ribu ton. Namun pada 2023 terjadi sedikit penurunan populasi menjadi 6,74 juta ekor, meskipun produksi justru meningkat hingga 44,63 ribu ton, yang menunjukkan adanya efisiensi pemeliharaan. Pada tahun 2024, populasi itik turun cukup signifikan menjadi 3,95 juta ekor dengan produksi sebesar 23,87 ribu ton. Meskipun demikian, secara rata-rata dalam lima tahun terakhir, populasi itik di Sulawesi Selatan masih mencapai 6,07 juta ekor dengan produksi rata-rata 38,09 ribu ton. Angka tersebut menggambarkan bahwa Sulawesi Selatan memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha olahan berbasis itik, termasuk produk telur asin.

Kabupaten Soppeng sebagai salah satu wilayah di Sulawesi Selatan memiliki peluang besar untuk mengembangkan usaha pengolahan telur asin. Wilayah ini dikenal dengan tradisi beternak yang kuat dan akses bahan baku yang relatif stabil. Selain itu, karakteristik geografis dan budaya konsumsi masyarakat mendukung upaya pengolahan hasil peternakan menjadi produk olahan bernilai ekonomi. Dengan strategi inovatif pada aspek rasa, kemasan, dan pemasaran, produk telur asin berpotensi menembus pasar yang lebih luas, termasuk sebagai oleh-oleh khas daerah. Perkembangan teknologi dan digitalisasi pemasaran juga membuka peluang bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan skala usahanya (Aziz et al., 2025). Oleh karena itu, usaha rintisan telur asin di Kabupaten Soppeng tidak hanya berorientasi pada pemenuhan konsumsi lokal, tetapi juga diarahkan untuk menciptakan produk unggulan daerah.

Dengan memperhatikan potensi produksi telur itik dan kecenderungan pasar terhadap makanan olahan praktis, pengembangan usaha telur asin di Kabupaten Soppeng menjadi pilihan strategis. Selain sebagai bentuk optimalisasi hasil ternak, produk ini juga mampu memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat lokal, terutama pelaku UMKM dan kelompok tani.

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana profil usaha rintisan Telur Asin Berkah Mandiri?
2. Apa saja strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan telur asin di tengah permintaan pasar yang semakin meningkat?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha telur asin dan bagaimana solusinya?

### **1.3. Tujuan**

1. Memperkenalkan produk Telur Asin Berkah Mandiri kepada masyarakat sekitar.
2. Mengetahui dan mengelola telur asin secara efektif dan efisien.
3. Menyusun dan menerapkan strategi pemasaran agar penjualan telur asin meningkat sesuai kebutuhan pasar.

### **1.4. Manfaat**

1. Sebagai sarana praktik langsung berwirausaha.
2. Memudahkan konsumen mendapatkan telur asin berkualitas, awet, dan siap konsumsi.

3. Menyediakan produk lokal sekaligus membuka inspirasi usaha mikro di sekitar lingkungan.
4. Menjadi contoh nyata penerapan kewirausahaan di bidang olahan produk peternakan.

#### **1.5. Ruang Lingkup**

1. Jenis usaha  
Penjualan produk telur asin dengan fokus pada telur asin matang.
2. Wilayah Operasi  
Berfokus di wilayah Kabupaten Soppeng.
3. Aspek yang dikelola  
Pengelolaan produksi, pemasaran, serta pengemasan produk agar lebih menarik dan memiliki nilai jual.
4. Skala usaha  
Usaha mikro yang dikelola oleh mahasiswa dengan peran terbagi dalam produksi dan pemasaran.

## BAB II. PROPOSAL BISNIS/USAHA

### 2.1. Profil Bisnis

Profil bisnis berfungsi sebagai gambaran umum yang memperkenalkan usaha kepada pihak lain, baik kepada konsumen, mitra kerja, maupun pihak yang berkepentingan lainnya. Dengan adanya profil bisnis, orang lain dapat lebih mudah memahami apa yang dikerjakan oleh sebuah usaha dan bagaimana usaha tersebut dijalankan. Profil bisnis ini terdiri dari logo usaha, nama dan jenis usaha, bentuk kepemilikan usaha, lokasi usaha dan legalitas usaha.

#### 2.1.1 Logo Usaha Telur Asin

Logo untuk suatu produk merupakan sebuah identitas suatu produk sehingga lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Selain itu, logo juga dapat dianggap sebagai bentuk pengakuan terhadap sebuah merek usaha, yang dapat menarik minat masyarakat (Martuti et al., 2024). Adapun gambar logo di usaha telur asin “Berkah Mandiri” dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :



Gambar 1. Logo Usaha “Telur Asin Berkah Mandiri”

Gambar 1 merupakan Logo Berkah Mandiri yang menampilkan desain utama berupa telur berwarna kuning keemasan yang dikelilingi garis cahaya, menggambarkan simbol kehidupan, keberlanjutan, dan sumber pangan, sekaligus melambangkan identitas usaha peternakan itik petelur dengan produk olahan utamanya yaitu telur asin. Tulisan Berkah Mandiri menggunakan tipografi tegas dengan warna krem yang kontras terhadap latar cokelat tua, sehingga mencerminkan kesan kokoh, profesional, mudah dibaca, serta menampilkan nuansa alami, hangat, dan dekat dengan produk pangan khususnya telur asin hasil dari itik petelur. Efek retakan pada cangkang telur di bagian bawah menunjukkan lahirnya peluang usaha dan semangat kemandirian, sesuai dengan nama usaha, sementara cahaya yang memancar dari telur menegaskan nilai harapan, keberkahan, serta pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, logo ini tidak hanya berfungsi

sebagai identitas visual, tetapi juga menyampaikan pesan filosofis mengenai usaha mandiri yang membawa keberkahan, berfokus pada kualitas, serta berorientasi pada pertumbuhan dan kepercayaan konsumen melalui produk utama berupa telur asin hasil dari itik petelur.

#### 2.1.2 Nama dan Jenis Usaha

Jenis usaha yang dijalankan berupa usaha telur asin diberi nama “Berkah Mandiri”. Alasan diberi nama tersebut karena usaha ini dijalankan secara mandiri dengan niat baik untuk mendapatkan keberkahan dan manfaat. Adapun alasan memilih telur asin dikarenakan usaha telur asin tidak membutuhkan modal yang besar. Proses produksinya sederhana dan bahan bakunya mudah diperoleh, sehingga cocok untuk usaha mikro atau rintisan bisnis. Produk ini sering dijadikan oleh-oleh, lauk harian, hingga hidangan khas di daerah Sulawesi Selatan.

#### 2.1.3 Bentuk Kepemilikan Usaha

Bentuk kepemilikan usaha ini merupakan perseorangan. Bentuk usaha perseorangan merupakan bentuk usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh satu orang. Bentuk usaha perseorangan memiliki tanggungjawab penuh atas seluruh kegiatan dan kewajiban usaha, tanpa adanya pemisahan badan hukum. Menurut Faried dan Mayasari (2023) menyatakan bahwa usaha perorangan cenderung lebih mudah dimulai dan tidak memerlukan modal besar, sehingga sering direkomendasikan bagi pelaku usaha pemula.

#### 2.1.4 Lokasi Usaha

Lokasi usaha pengolahan telur asin ini terletak di Takalala, Kecamatan Marioriwawo, Kabupaten Soppeng. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan strategis, yakni kedekatannya dengan pasar tradisional yang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Pasar merupakan tempat yang secara rutin dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai kalangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga memiliki potensi arus konsumen yang tinggi. Dengan lokasi yang berada di sekitar area pasar, produk telur asin memiliki peluang lebih besar untuk dikenal dan diakses langsung oleh konsumen potensial (Christy dan Pratito, 2020). Selain itu, karakteristik pengunjung pasar yang umumnya sudah memiliki niat untuk berbelanja meningkatkan kemungkinan keputusan pembelian terhadap produk olahan pangan seperti telur asin.

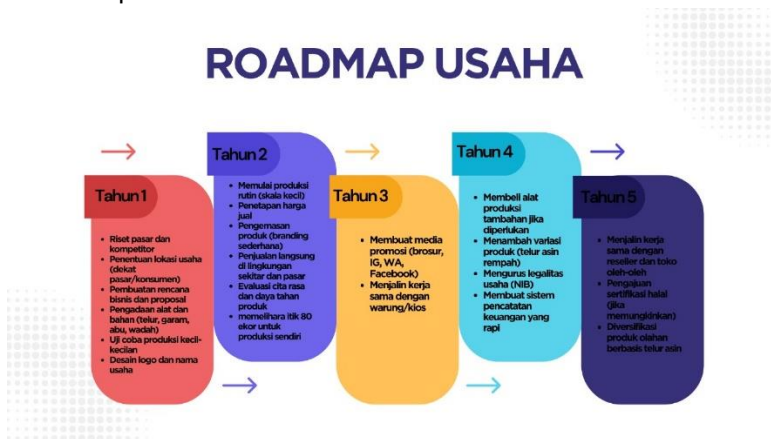
#### 2.1.5 Legalitas Usaha

Dalam menunjang kegiatan operasional yang sah dan terdaftar secara resmi, usaha Telur asin berkah mandiri telah memiliki nomor induk berusaha (NIB) sebagai bentuk legalitas dari usaha. Menurut Lananda dan Mulyadi (2025), legalitas usaha tidak hanya sebagai pemenuhan kewajiban administratif, melainkan juga sebagai instrumen perlindungan hukum bagi pelaku usaha guna menghindari sanksi serta potensi konflik dengan masyarakat di sekitar lokasi usaha

## 2.2. Roadmap Usaha

Roadmap usaha adalah rencana strategis yang berisi gambaran tahapan perkembangan bisnis dalam jangka waktu tertentu. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), roadmap dapat diartikan sebagai peta jalan yang menunjukkan arah pengembangan usaha, mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga target jangka panjang yang ingin dicapai. Roadmap membantu pelaku usaha untuk memetakan langkah-langkah utama agar kegiatan usaha lebih terarah dan terukur.

Pada usaha Telur Asin Berkah Mandiri, roadmap disusun mulai dari tahap persiapan, tahap produksi awal, tahap pemasaran, peningkatan kapasitas, hingga tahap konsolidasi dan branding. Hal ini sejalan dengan tujuan roadmap, yaitu memberikan arah jelas bagi pengembangan usaha sehingga dapat berkembang lebih kompetitif di tengah persaingan pasar. Adapun roadmap usaha Telur Asin Berkah Mandiri dapat dilihat dari Gambar 2. berikut :



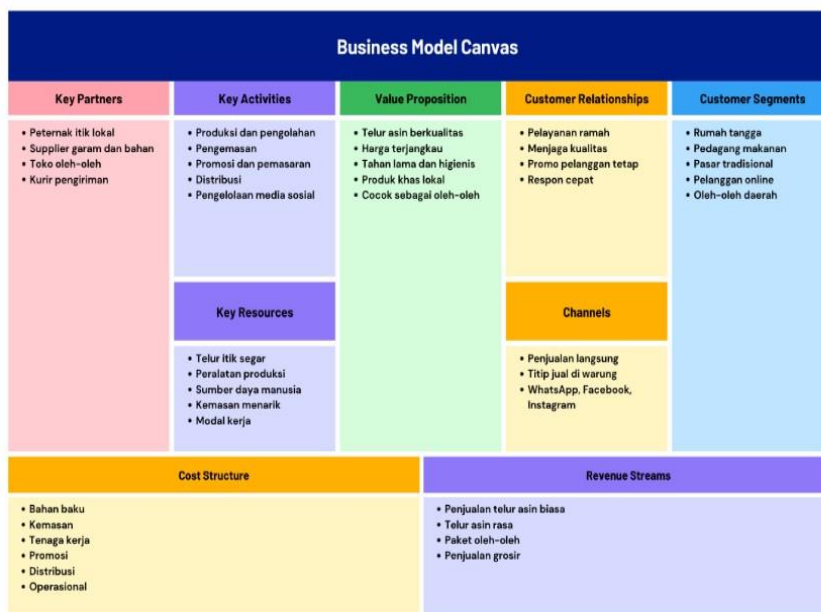
Gambar 2. Roadmap Usaha Telur Asin Berkah Mandiri

Gambar 2 merupakan roadmap usaha Telur Asin Berkah Mandiri. Roadmap usaha ini terbagi dalam lima tahap. Tahun pertama adalah tahap persiapan, meliputi riset pasar, pemilihan lokasi, pengadaan bahan, dan uji coba produksi. Bulan kedua fokus pada produksi awal seperti memulai produksi telur asin secara rutin, penetapan harga, pengemasan produk, penjualan produk dan memulai untuk memelihara itik petelur secara mandiri sebanyak 80 ekor. Tahun ketiga masuk ke tahap pemasaran dengan membuat media promosi dan kerja sama dengan warung. Tahun keempat adalah peningkatan kapasitas, mencakup pembelian alat tambahan, variasi produk, legalitas usaha, dan pencatatan keuangan. Tahun kelima adalah tahap konsolidasi dan branding melalui kerja sama dengan reseller, pengajuan sertifikasi halal, dan diversifikasi produk olahan telur asin. Roadmap membantu pemilik usaha untuk mengetahui arah pengembangan bisnis secara jelas, mulai dari perencanaan produksi, pemasaran, pengembangan produk, hingga perluasan pasar dan memiliki ternak itik sendiri. Dengan adanya roadmap, usaha bisa berjalan lebih terarah karena setiap langkah dan target waktu sudah ditentukan sejak awal.

### 2.3. Model Bisnis

*Business Model Canvas* (BMC) adalah gambaran tentang bagaimana suatu usaha menciptakan, menyampaikan, dan mendapatkan keuntungan dari sebuah produk. BMC terdiri dari sembilan elemen kunci yang membentuk kerangka kerja keseluruhan untuk merancang, mengembangkan, dan mengelola model bisnis sehingga bisnis menjadi sukses. Elemen BMC ini mencakup segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya (Mardiana et al., 2024).

Dalam usaha telur asin "Berkah Mandiri", model bisnis mencakup seluruh proses mulai dari produksi, pemasaran, hingga penjualan telur asin kepada konsumen. Melalui model bisnis ini, "Berkah Mandiri" berfokus pada produksi telur asin yang berkualitas dengan harga terjangkau, menjualnya secara langsung di pasar maupun secara online melalui media sosial dan marketplace. Usaha ini juga membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah, serta menawarkan produk yang praktis, higienis, dan tahan lama. Semua kegiatan tersebut saling berkaitan untuk menciptakan keuntungan sekaligus memenuhi kebutuhan pasar. Adapun *Business Model Canvas* (BMC) usaha Telur Asin Berkah Mandiri dapat dilihat dari Gambar 3. berikut :



Gambar 3. BMC Telur Asin Berkah Mandiri

Gambar 3 menggambarkan *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha Telur Asin "Berkah Mandiri". Usaha telur asin ini bekerja sama dengan peternak itik, toko oleh-oleh, dan komunitas UMKM. Kegiatan utama meliputi produksi, pengemasan, promosi, dan distribusi produk. Nilai yang ditawarkan adalah telur asin berkualitas, higienis, tahan lama, dan terjangkau, cocok sebagai lauk praktis maupun oleh-oleh. Hubungan dengan pelanggan dijaga dengan pelayanan ramah, promo

loyalitas, dan respon cepat. Pasar yang dituju mencakup rumah tangga, pedagang makanan, pasar tradisional, pembeli online, dan wisatawan. Sumber daya utama adalah telur itik segar, peralatan produksi, tenaga kerja, kemasan, dan modal usaha. Produk didistribusikan melalui pasar, warung, media sosial. Pendapatan diperoleh dari penjualan telur asin biasa, varian rasa, paket oleh-oleh, dan grosir. Biaya operasional meliputi bahan baku, kemasan, tenaga kerja, promosi, distribusi, dan kebutuhan produksi lainnya.

## **2.4. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Telur asin adalah produk pangan yang memiliki pasar luas karena digemari oleh berbagai kalangan. Sasaran pasar usaha "Berkah Mandiri" mencakup rumah tangga, pedagang makanan (warung makan), pembeli di pasar tradisional, serta wisatawan yang mencari oleh-oleh. Selain itu, perkembangan belanja online membuka peluang untuk menjangkau konsumen di luar daerah secara lebih luas. Pemasaran secara langsung, produk dijual langsung di pasar, stand, atau dititipkan di warung makan, toko kelontong, dan toko oleh-oleh, dengan promosi dari mulut ke mulut sebagai pendukung. Secara online, pemasaran dilakukan melalui WhatsApp atau Facebook.

### **2.4.1. Peluang dan Potensi**

Usaha telur asin dipandang memiliki peluang yang menjanjikan karena secara umum digemari oleh masyarakat sebagai makanan praktis dan tahan lama, serta kerap dijadikan oleh-oleh khas daerah. Potensi pasar terus berkembang karena telur asin memiliki daya tahan lama, harga terjangkau, dan proses produksi yang relatif mudah. Selain itu, kemajuan teknologi membuka peluang pemasaran lebih luas melalui penjualan online, sehingga produk bisa menjangkau konsumen dari berbagai daerah.

### **2.4.2. Pesaing**

Dalam usaha telur asin, pesaing utama berasal dari produsen lain yang sudah lebih dulu dikenal masyarakat. Selain itu, terdapat juga pedagang kecil lain yang menjual produk serupa di pasar tradisional atau melalui online. Persaingan tidak hanya soal harga, tetapi juga kualitas rasa, kemasan, dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, penting menjaga keunikan produk agar tetap diminati konsumen.

### **2.4.3. Segmentasi, Target dan Penentuan Posisi (STP)**

#### **1. Segmentasi (*Segmentation*)**

Segmentasi pasar merupakan strategi pemasaran suatu perusahaan untuk mengenal minat dan kebutuhan konsumen di sebuah market yang menciptakan produk baru yang sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen (Amalia et al., 2023). Usaha telur asin membagi pasar menjadi beberapa kelompok, seperti rumah tangga, pedagang makanan (warung, katering), pembeli di pasar tradisional, wisatawan yang mencari oleh-oleh.



## 2. Target (*Targeting*)

Target pasar merupakan segmen konsumen yang menjadi fokus utama produk untuk dipasarkan dan dijual (Pramesti, 2022). Target utama usaha ini adalah konsumen rumah tangga dan pedagang makanan di sekitar lokasi usaha, serta pelanggan online yang memesan melalui media sosial. Selain itu, usaha ini juga menyasar wisatawan lokal sebagai pasar oleh-oleh khas daerah.

## 3. Penentuan Posisi (*Positioning*)

Penentuan posisi sangat penting untuk menciptakan persepsi nilai dan keunikan produk yang mampu menarik minat konsumen di pasar yang kompetitif. Telur asin "Berkah Mandiri" diposisikan sebagai produk telur asin berkualitas, dengan rasa gurih yang seimbang, harga terjangkau, kemasan menarik, dan mudah didapat baik secara langsung maupun online. Produk ini juga menonjolkan kepraktisan sebagai lauk siap saji dan oleh-oleh khas.

### 2.4.4. Langkah-langkah Promosi

Promosi telur asin memegang peranan penting dalam meningkatkan daya tarik konsumen dan volume penjualan produk ini. Langkah-langkah promosi yang dilakukan yaitu berjualan langsung di pasar tradisional menjadi cara utama untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat sekitar. Promosi yang dilakukan di pasar dilakukan dengan cara calon pembeli bisa langsung melihat, mencicipi, dan membeli produk. Promosi online dilakukan menggunakan WhatsApp dan Facebook untuk mempromosikan produk. Akun ini digunakan untuk mengunggah informasi produk dan menerima pesanan.

## 2.5. Aspek Produksi

### 2.5.1. Produk

Produk yang ditawarkan adalah telur asin yang diolah dari telur itik pilihan. Telur ini melalui proses pengasinan dengan metode tradisional yang tetap memperhatikan kebersihan dan standar mutu, sehingga menghasilkan rasa yang gurih, asin seimbang, dan tekstur yang empuk. Telur asin ini tahan lama karena diawetkan secara alami dengan baluran garam dan abu gosok, sehingga cocok untuk dikonsumsi langsung sebagai lauk maupun untuk oleh-oleh.



Gambar 4. Produk Telur Asin

### 2.5.2. Kualitas Produk

Proses pengasinan dilakukan dengan cara tradisional yang terjaga kebersihannya, sehingga menghasilkan rasa yang gurih dan asin yang seimbang. Selain itu, telur asin "Berkah Mandiri" memiliki tekstur kuning telur yang berminyak, lembut, dan tidak keras, menunjukkan tingkat kematangan yang pas. Produk juga dikemas dengan cara yang higienis menggunakan plastik wrap atau mika agar tetap bersih saat sampai ke tangan konsumen.

### 2.5.3. Lokasi Produksi/Usaha

Pemilihan lokasi usaha telur asin di Takkalala, Kecamatan Marioriwawo, Kabupaten Soppeng didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis yang mendukung pengembangan usaha. Lokasi ini berada di wilayah yang dekat dengan pasar tradisional dan dikelilingi oleh berbagai toko oleh-oleh khas daerah. Kedekatan dengan pasar memberikan keuntungan dalam hal distribusi dan penjualan langsung kepada konsumen, sehingga dapat memangkas biaya transportasi dan mempercepat proses pemasaran produk.

### 2.5.4. Perencanaan Produksi

#### 1. Persiapan Bahan Baku

Langkah awal dalam proses produksi telur asin "Berkah Mandiri" adalah melakukan persiapan bahan baku dengan memilih telur itik segar dan berkualitas langsung dari peternak lokal dan hasil ternak sendiri. Pemilihan telur dilakukan secara selektif agar hasil produk lebih baik, yaitu dengan memastikan kulit telur tidak retak dan ukurannya seragam. Selain itu, disiapkan juga bahan pendukung seperti garam sebagai bahan utama pengasinan, abu gosok jika menggunakan metode tradisional, serta air bersih untuk proses pencucian dan perendaman telur sebelum proses pengasinan dilakukan.

#### 2. Proses Produksi

Proses produksi telur asin dilakukan secara bertahap agar menghasilkan produk berkualitas dan sesuai standar. Tahapan proses ini meliputi pembersihan telur, pengasinan, pemeraman, perebusan, pengecekan kualitas, pengemasan, hingga penyimpanan dan distribusi. Berikut penjelasan rinci setiap tahapnya:

##### a) Pembersihan Telur

Tahap pertama adalah membersihkan telur itik dari kotoran dan debu yang menempel pada cangkang. Telur dicuci dengan air bersih dan disikat secara perlahan agar tidak pecah. Proses ini penting untuk menjaga kebersihan dan mencegah telur busuk saat proses pengasinan.

##### b) Pengasinan

Setelah telur bersih, dilakukan proses pengasinan dengan cara melumuri telur menggunakan campuran garam dan abu gosok. Jika menggunakan metode rendam, telur akan direndam dalam air garam dengan perbandingan tertentu. Pengasinan ini dilakukan selama 5 hari tergantung metode dan tingkat keasinan yang diinginkan.

c) Pemeraman

Setelah dilumuri garam dan abu gosok, telur disimpan dalam wadah tertutup dan dibiarkan selama proses pengasinan berlangsung. Pemeraman dilakukan di tempat bersih, kering, dan tidak terkena sinar matahari langsung agar hasil telur asin lebih maksimal.

d) Perebusan

Setelah masa pemeraman selesai, telur asin kemudian dibersihkan lalu direbus hingga matang. Perebusan dilakukan selama sekitar 15 menit dengan api sedang agar telur matang sempurna.

#### 2.5.5. Pengembangan Produk

Dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar, kami merancang strategi pengembangan produk telur asin yang berfokus pada inovasi varian rasa dan kemasan. Inovasi rasa yang akan dikembangkan telur asin rempah. Varian ini diharapkan mampu memenuhi preferensi konsumen yang semakin beragam serta memberikan pilihan baru yang menarik di pasar oleh-oleh dan konsumsi harian. Selain inovasi rasa, kami juga akan meningkatkan kualitas kemasan agar lebih menarik dan fungsional.

Rencana ini meliputi penyediaan kemasan isi 4 butir, 6 butir dan 10 butir, yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, baik untuk konsumsi pribadi maupun sebagai buah tangan. Melalui pengembangan rasa dan kemasan ini, kami berharap dapat memperkuat identitas produk telur asin dan memiliki nilai tambah, baik dari segi cita rasa maupun tampilan. Langkah ini juga menjadi bagian dari upaya jangka panjang untuk menjadikan usaha telur asin kami lebih kompetitif, inovatif, dan mampu bertahan di tengah persaingan pasar yang terus berkembang.

### 2.6. Aspek Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia

Usaha ini dikelola langsung oleh pemilik, dibantu oleh anggota keluarga atau tenaga kerja yang berperan sesuai kebutuhan. Pengelolaan usaha mencakup proses produksi, pengemasan, pemasaran, dan distribusi produk kepada konsumen. Setiap orang yang terlibat memiliki peran dan fungsi masing-masing agar seluruh proses berjalan dengan baik.

#### 2.6.1. Identifikasi dan Pemenuhan Kebutuhan jumlah karyawan

Pada usaha telur asin "Berkah Mandiri", kegiatan operasional dilakukan secara sederhana dengan hanya melibatkan 1 karyawan selain pemilik usaha. Karyawan tersebut membantu proses produksi dan pemasaran secara langsung agar usaha tetap berjalan efektif meskipun dalam skala kecil.

#### 2.6.2. Pengorganisasian kegiatan dan pengalokasian SDM

Dengan sistem usaha skala kecil, pengorganisasian kegiatan dilakukan secara efisien dengan tenaga kerja minimal. Pemilik usaha berperan sebagai pengelola utama, sementara karyawan membantu kegiatan produksi, pengemasan, dan sebagian pemasaran. Semua proses dijalankan secara langsung agar biaya operasional tetap rendah namun kegiatan usaha tetap berjalan optimal.

## 2.7. Aspek Keuangan

### 2.7.1. Rencana Anggaran Biaya

Rencana anggaran biaya merupakan perhitungan yang disusun untuk memperkirakan kebutuhan dana dalam menjalankan usaha, baik yang bersifat investasi awal maupun biaya operasional rutin. Tujuan penyusunan anggaran adalah agar seluruh kebutuhan usaha dapat terpenuhi secara efisien serta menjadi dasar dalam menghitung proyeksi laba dan rugi. Rencana anggaran biaya sebagai instrumen penting dalam perencanaan usaha karena berfungsi sebagai pedoman dalam mengelola modal, mengendalikan pengeluaran, serta menilai kelayakan usaha. Menurut Garrison et al. (2021), anggaran yang disusun dengan baik tidak hanya membantu memproyeksikan kebutuhan biaya, tetapi juga menjadi dasar dalam mengukur efisiensi, menentukan harga jual, dan merencanakan keuntungan.

#### a. Biaya Tetap Usaha Telur Asin

Biaya tetap adalah (*Fixed Cost*) adalah jenis biaya yang jumlahnya tidak berubah meskipun terjadi perubahan volume produksi atau penjualan dalam jangka waktu tertentu. Biaya ini sifatnya konstan selama periode tertentu dan baru bisa berubah jika ada keputusan manajerial yang signifikan, misalnya ekspansi usaha dan penambahan kapasitas produksi (Muthia et al., 2023). Biaya tetap yang dikeluarkan pada usaha Telur Asin Berkah Mandiri dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Rencana Anggaran Biaya Tetap Usaha Telur Asin

| No.               | Biaya Tetap      | Jumlah (unit) | Harga/ Unit (Rp) | Total Harga | Umur Teknis (thn) | Total Harga/ tahun (Rp) | Total Harga/ bln (Rp) | Total Harga/ periode (Rp) |
|-------------------|------------------|---------------|------------------|-------------|-------------------|-------------------------|-----------------------|---------------------------|
| 1                 | Kompor Gas       | 1             | 500,000          | 500,000     | 5                 | 166,666                 | 13,888                | 2,083                     |
| 2                 | Baskom           | 3             | 25,000           | 75,000      | 1                 | 75,000                  | 6.250                 | 1,562                     |
| 3                 | Panci Tabung Gas | 1             | 80,000           | 80,000      | 1                 | 80,000                  | 6.667                 | 1,666                     |
| 4                 |                  | 1             | 300,000          | 300,000     | 5                 | 60,000                  | 5,000                 | 1,250                     |
| Total Biaya Tetap |                  |               |                  |             |                   |                         |                       | 6,561                     |

Sumber: Data yang telah diolah, 2025.

b. Biaya Variabel Pada Usaha Telur Asin

Biaya Variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya berubah secara proporsional dengan tingkat aktivitas produksi atau volume penjualan. Artinya, semakin banyak barang atau jasa yang diproduksi, maka semakin besar pula total biaya variabel yang dikeluarkan. Dalam analisis manajerial, biaya variabel sangat penting karena berhubungan langsung dengan harga pokok produksi (HPP) dan margin kontribusi. Semakin efisien pengelolaan biaya variabel, semakin tinggi keuntungan yang bisa diperoleh dari setiap unit produk yang terjual (Zalukhu et al., 2024). Biaya variabel yang dikeluarkan pada usaha Telur Asin Berkah Mandiri dapat dilihat pada Tabel 3 berikut :

Tabel 3. Rencana Anggaran Biaya Variabel Usaha Telur Asin

| No.                  | Jenis Biaya   | Jumlah    | Harga (Rp) | Total<br>Harga/periode<br>(Rp) |
|----------------------|---------------|-----------|------------|--------------------------------|
| 1                    | Telur bebek   | 300 butir | 1,833      | 549,900                        |
| 2                    | Abu Gosok     | 1 karung  | 10,000     | 20,000                         |
| 3                    | Garam         | 10 kg     | 5,000      | 50,000                         |
| 4                    | Gaji karyawan | 1 orang   | 200,000    | 200,000                        |
| 5                    | Kemasan       | 15 pcs    | 10000      | 15,000                         |
| 6                    | Transfortasi  | 2 kali    | 20,000     | 40,000                         |
| 7                    | Biaya promosi | 1 kali    | 30,000     | 30,000                         |
| Total Biaya Variabel |               |           |            | 874,900                        |

Sumber: Data yang telah diolah, 2025.

Pada usaha Telur Asin “Berkah Mandiri”, total kebutuhan anggaran awal ditetapkan sebesar yang terdiri atas:

1. Biaya Tetap

Biaya tetap dialokasikan sebesar Rp 6.561 untuk pembelian sarana produksi seperti kompor gas, baskom, panci, tabung gas. Investasi ini bersifat jangka panjang karena menunjang keberlangsungan produksi sejak tahap awal.

2. Biaya Variabel

Biaya variable rutin dikeluarkan sebesar Rp 874.900 mencakup penyediaan bahan baku telur bebek, abu gosok, garam, gaji karywan 1 orang, kemasan, transportasi, serta biaya promosi. Biaya operasional ini merupakan faktor kunci yang akan terus berulang pada setiap periode produksi.

Melalui penyusunan rencana anggaran yang rinci, usaha ini diharapkan dapat beroperasi secara efisien, menjaga stabilitas arus kas, serta menghasilkan perhitungan keuntungan yang realistis. Dengan demikian, rencana anggaran biaya tidak hanya menjadi alat perhitungan keuangan, tetapi juga sebagai strategi

pengendalian manajemen yang mendukung keberlanjutan usaha Telur Asin "Berkah Mandiri"

### 2.7.2. Sumber Dana

Dalam menjalankan bisnis, dana menjadi salah satu faktor krusial yang menentukan operasional dan perkembangan usaha. Pada rintisan usaha ini, sumber dana sepenuhnya berasal dari dana pribadi yang dimiliki oleh orang tua, yang dialokasikan untuk memenuhi berbagai kebutuhan produksi, operasional, dan pengembangan usaha. Dengan demikian, total kebutuhan Rencana Anggaran Biaya usaha telur asin berdasarkan periode adalah sebesar Rp 2.269.800, yang merupakan modal pribadi.

### 2.7.3. Perencanaan Nilai Harga Jual Produk

#### 1) Perhitungan Harga Jual

Untuk menetapkan harga jual, perlu menentukan persentase keuntungan (markup) yang diharapkan agar bisnis dapat beroperasi dengan baik dan menghasilkan laba. Dalam perhitungan harga jual telur asin setelah biaya total dihitung, markup diterapkan untuk memperoleh harga jual yang sesuai. Dengan target keuntungan telur asin adalah 2% per 1 rak. Berikut adalah rumus untuk menghitung harga jual dengan markup:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga pokok} + (\text{Harga pokok} \times \text{Persentase Markup})$$

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Rp } 881.461 + (\text{Rp. } 881.461 \times 2\%) \\ &= \text{Rp } 899.090 \end{aligned}$$

Sehingga, setiap periode dengan penjualan 10 rak (300 butir) menggunakan harga jual sebesar Rp 89.909 dibulatkan menjadi Rp 90.000

#### 2) Perkiraan Target Omzet

Proyeksi target penjualan usaha telur asin "Berkah Mandiri" selama lima bulan berdasarkan jumlah rak telur asin yang dijual, dengan asumsi satu rak berisi 30 butir telur dan harga jual per rak sebesar Rp90.000. Perkiraan omzet yang diterima pada usaha Telur Asin Berkah Mandiri dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4. Perkiraan Target Omzet Telur Asin/bulan

| Bulan | Target Jual         | Harga Jual<br>per rak (Rp) | Total Penjualan<br>(Rp) |
|-------|---------------------|----------------------------|-------------------------|
| 1     | 40 rak [1200 butir] | 90.000                     | 3.600.000               |
| 2     | 40 rak [1200 butir] | 90.000                     | 3.600.000               |
| 3     | 40 rak [1200 butir] | 90.000                     | 3.600.000               |
| 4     | 40 rak [1200 butir] | 90.000                     | 3.600.000               |
| 5     | 40 rak [1200 butir] | 90.000                     | 3.600.000               |

Sumber: Data yang telah diolah, 2025.

### 3) Proyeksi BEP

BEP atau *Break Even Point* yang berarti titik impas. BEP merupakan titik di mana total pendapatan suatu perusahaan sama dengan total biaya yang dikeluarkan. Adapun perhitungan proyeksi BEP untuk usaha ini yaitu :

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Unit} &= \text{Biaya tetap} / (\text{harga per unit} - \text{biaya variabel per unit}) \\
 &= \text{Rp } 6.561 / (\text{Rp } 90.000 - \text{Rp } 87.490) \\
 &= \text{Rp } 6.561 / \text{Rp } 2.510 \\
 &= 3 \text{ rak}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{BEP Rupiah} &= \text{Biaya tetap} / (1 - \text{Biaya variabel per unit} / \text{Harga jual per unit}) \\
 &= \text{Rp } 6.561 / (1 - (\text{Rp } 87.490 / \text{Rp } 90.000)) \\
 &= \text{Rp } 6.561 / (1 - 0,97) \\
 &= \text{Rp } 6.561 / 0.03 \\
 &= \text{Rp } 218.700
 \end{aligned}$$

Agar bisnis mencapai titik impas (BEP), total penjualan harus mencapai 3 rak dengan harga Rp 218.700. Setelah melewati angka ini, bisnis mulai menghasilkan keuntungan.