

PROPOSAL
AYAM EDUFARM

Mata Kuliah : Kewirausahaan
Kode Mata Kuliah : UNI620109
SKS : 3 SKS
Kelas : 3/E
Dosen Pengampu : 1. Muhsom, M.Pd. I.
2. Siti Nurjanah, M.Pd.



Disusun oleh:

- | | |
|---|---|
| 1. Monika Ardahan Parasmitha (2413053153) | 6. Naufal Hafizh Sanjaya (2413053162) |
| 2. Ulfa Areska (2413053157) | 7. Febby Justin Gultom (2413053170) |
| 3. Muhammad Naufal Zaidan (2413053158) | 8. Siti Sundari Jaya Ningrat (2413053173) |
| 4. Sabrina Azzahra (2413053159) | 9. Syalinni Kemala Nur (2413053175) |
| 5. Uswatun Hasanah (2413053161) | 10. Salsa Islami Pashya (2413053179) |

S1 PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
JURUSAN ILMU PENDIDIKAN
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
TAHUN AKADEMIK 2025/2026

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga proposal usaha berjudul “Ayam *EduFarm*” ini dapat tersusun dengan baik. Proposal ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan tugas pada mata kuliah Kewirausahaan, sekaligus menjadi sarana penerapan ilmu, kreativitas, serta inovasi dalam merancang sebuah ide bisnis yang bernilai edukatif.

Usaha Ayam *EduFarm* lahir dari gagasan yang mengombinasikan antara peternakan ayam dan pendidikan, yang tidak hanya menitikberatkan pada aspek ekonomi semata, tetapi juga berfungsi sebagai wadah pembelajaran, penelitian, serta praktik bagi mahasiswa dan siswa. Melalui konsep tersebut, diharapkan Ayam *EduFarm* dapat menjadi contoh usaha berkelanjutan yang memberikan manfaat ekonomi dan nilai pendidikan bagi masyarakat, khususnya di lingkungan akademik.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki berbagai kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Akhirnya, penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah Kewirausahaan, rekan-rekan mahasiswa, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan selama proses penyusunan proposal ini. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat serta inspirasi bagi pengembangan ide-ide bisnis kreatif di masa depan.

Metro, 27 Oktober 2025

Penyusun

DAFTAR ISI

PROPOSAL AYAM <i>EDUFARM</i>	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I	1
PENDAHULAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah / Peluang Usaha	2
1.3. Tujuan Usaha	2
BAB II	4
PROFIL USAHA	4
2.1. Nama dan Bentuk Usaha	4
2.2. Produk atau Jasa yang Ditawarkan	4
2.3. Keunggulan Produk	5
2.4. Lokasi dan Target Pasar	6
BAB III	7
ANALISIS UHASA DAN STRATEGI PEMASARAN	7
3.1. Analisis SWOT	7
3.2. Strategi Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi)	8
BAB IV	11
ASPEK KEUANGAN	11
4.1. Rencana Modal Awal	11
4.2. Estimasi Biaya Operasional	11
4.3. Proyeksi Keuntungan	12
BAB V	15
PENUTUP	15
5.1. Kesimpulan	15
5.2. Harapan Pengembangan Usaha	16
LAMPIRAN	18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perguruan tinggi mempunyai tanggung jawab untuk mencetak lulusan yang tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan tersebut dalam bentuk keterampilan praktis serta memiliki semangat kewirausahaan. Pada program studi PGSD yang fokus pada pembentukan calon guru sekolah dasar, pembelajaran yang bersifat kontekstual dan berbasis pengalaman lapangan menjadi hal yang sangat penting. Melalui kegiatan seperti ini, calon guru dapat merancang pembelajaran yang sesuai dengan realitas kehidupan dan kebutuhan masyarakat. Pendekatan *experiential learning* serta *project-based learning* telah terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan praktik, motivasi belajar, dan kesiapan kerja siswa.

Sementara itu, bidang peternakan khususnya sektor unggas seperti ayam kampung dan ayam broiler merupakan bagian penting dari pertanian yang memberikan kontribusi besar terhadap ketahanan pangan, memberi nutrisi, serta meningkatkan pendapatan masyarakat di Indonesia. Usaha peternakan ayam skala kecil dan menengah tetap memiliki prospek yang menjanjikan karena permintaan produk unggas yang stabil serta kedekatannya terhadap sumber daya lokal. Berbagai penelitian dan pengembangan program terus diarahkan untuk meningkatkan produktivitas melalui penerapan teknik pemeliharaan dan manajemen yang baik.

Integrasi antara fungsi pendidikan dan kegiatan usaha dalam satu unit peternakan di lingkungan kampus memberikan manfaat ganda. Selain menjadi sarana pembelajaran terapan bagi mahasiswa, unit ini juga berpotensi menghasilkan produk bernilai ekonomi seperti daging atau telur. Berbagai program pembelajaran pertanian dan kegiatan kewirausahaan berbasis praktik menunjukkan bahwa pelatihan, penerapan teknis, serta keterlibatan langsung di lapangan dapat meningkatkan kompetensi peserta sekaligus menumbuhkan jiwa wirausaha. Dengan demikian, pendirian Ayam *EduFarm* sebagai laboratorium kehidupan di kampus dapat menjadi sarana efektif bagi mahasiswa PGSD untuk mengasah keterampilan dalam mengelola proyek, mengembangkan pembelajaran kontekstual, serta memahami aspek ekonomi dari usaha peternakan.

Dari sisi pengelolaan, Ayam *EduFarm* juga diharapkan menjadi contoh usaha kecil yang efisien dan berwawasan lingkungan melalui penggunaan bahan pakan lokal,

penerapan manajemen kesehatan ternak, serta pencatatan produksi yang teratur. Hasil penelitian mengenai budidaya ayam kampung intensif menunjukkan bahwa penggunaan teknologi sederhana dan pengelolaan yang baik mampu meningkatkan produktivitas sekaligus efisiensi ekonomi usaha. Selain itu, kolaborasi antara kegiatan penelitian, pengabdian masyarakat, dan kewirausahaan di dalam Ayam *EduFarm* membuka kesempatan bagi mahasiswa untuk terlibat dalam penelitian terapan serta kegiatan sosial berbasis pendidikan.

Dengan landasan tersebut, proposal Ayam *EduFarm* disusun sebagai rencana kegiatan yang memadukan tujuan pendidikan dan usaha. Proposal ini berisi model operasional, perencanaan pembelajaran dan praktik mahasiswa, rencana penelitian terapan, perkiraan biaya, serta strategi perpindahan usaha. Bayangkan Ayam *EduFarm* dapat menjadi model pembelajaran kontekstual di lingkungan PGSD sekaligus contoh praktik kewirausahaan agribisnis yang dapat direplikasi di berbagai institusi pendidikan.

1.2. Rumusan Masalah / Peluang Usaha

1. Bagaimana cara menentukan nama serta bentuk usaha yang mampu merepresentasikan integrasi antara bidang peternakan ayam dan aspek pendidikan?
2. Jenis produk dan layanan apa saja yang dapat dikembangkan oleh Ayam *EduFarm* untuk memberikan nilai tambah bagi konsumen dan lembaga pendidikan?
3. Apa saja faktor pembeda atau keunggulan utama yang dimiliki produk Ayam *EduFarm* dibandingkan dengan usaha peternakan lainnya?
4. Bagaimana penerapan strategi pemasaran dan analisis hasil usaha dapat mendukung pengembangan pasar serta meningkatkan daya saing bisnis Ayam *EduFarm*?
5. Bagaimana rencana perencanaan keuangan yang mencakup kebutuhan modal awal, estimasi biaya operasional, dan proyeksi keuntungan agar usaha dapat berjalan secara efisien dan berkelanjutan?

1.3. Tujuan Usaha

1. Bagaimana cara menentukan nama serta bentuk usaha yang mampu merepresentasikan integrasi antara bidang peternakan ayam dan aspek pendidikan?
2. Jenis produk dan layanan apa saja yang dapat dikembangkan oleh Ayam *EduFarm* untuk memberikan nilai tambah bagi konsumen dan lembaga pendidikan?
3. Apa saja faktor pembeda atau keunggulan utama yang dimiliki produk Ayam *EduFarm* dibandingkan dengan usaha peternakan lainnya?

4. Bagaimana penerapan strategi pemasaran dan analisis hasil usaha dapat mendukung pengembangan pasar serta meningkatkan daya saing bisnis Ayam *EduFarm*?
5. Bagaimana rencana perencanaan keuangan yang mencakup kebutuhan modal awal, estimasi biaya operasional, dan proyeksi keuntungan agar usaha dapat berjalan secara efisien dan berkelanjutan?

BAB II

PROFIL USAHA

2.1. Nama dan Bentuk Usaha

Bisnis ini diberi nama Ayam *EduFarm*, yang merupakan kombinasi dari kata pendidikan dan peternakan. Nama menggambarkan filosofi utama bisnis ini: peternakan tidak hanya berfokus pada bisnis dan penjualan, tetapi juga berfungsi sebagai tempat untuk pendidikan, penelitian, dan praktik bagi siswa dan komunitas yang ingin belajar tentang peternakan unggas.

Usaha peternakan ayam *EduFarm* bergerak dalam bidang agribisnis dengan fokus utama pada pemeliharaan, pertumbuhan, dan penjualan ayam hidup. Ayam *EduFarm* bekerja berdasarkan prinsip edukatif dan inovatif untuk membangun sistem peternakan modern, efektif, dan berkelanjutan.

2.2. Produk atau Jasa yang Ditawarkan

Ayam *EduFarm* adalah produk utamanya, yang terdiri dari ayam hidup yang dibudidayakan secara sehat, higienis, dan dengan memperhatikan kesejahteraan hewan (*animal welfare*). Ayam-ayam ini dipelihara melalui metode manajemen peternakan kontemporer yang berfokus pada kualitas dan hasil produksi yang baik.

1. Selain produk utama, Ayam *EduFarm* menawarkan layanan tambahan seperti: Pelatihan Peternakan Terpadu adalah program pelatihan yang ditujukan untuk siswa, peternak pemula, dan masyarakat umum yang ingin mempelajari teknik perawatan ayam, pengaturan pakan, kebersihan kandang, dan teknik panen yang efektif.
2. Kunjungan Edukasi (*EduTour Farm*) adalah kegiatan yang tersedia untuk sekolah, kampus, atau kelompok masyarakat yang memungkinkan siswa melihat langsung proses pemeliharaan ayam, mulai dari penetasan, pembesaran, hingga pengelolaan kandang.
3. Magang dan Praktik Lapangan Mahasiswa memungkinkan mahasiswa, terutama mahasiswa dari program studi PGSD, untuk melakukan praktik lapangan dan melakukan penelitian di lapangan. Ini memungkinkan mereka untuk belajar tentang peternakan ayam secara langsung.

Ayam *EduFarm* berkomitmen untuk menjadi peternakan yang tidak hanya produktif tetapi juga edukatif, dan membantu mengembangkan sumber daya manusia peternakan yang unggul dan berpengetahuan melalui perpaduan antara aktivitas bisnis dan pendidikan.

2.3. Keunggulan Produk

Ayam *EduFarm* memiliki sejumlah keunggulan yang menjadikannya berbeda dan lebih unggul dibandingkan dengan peternakan ayam pada umumnya. Setiap produk dan layanan yang dihasilkan didukung oleh prinsip *edukatif, inovatif, dan berkelanjutan*, sehingga memberikan manfaat tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga sosial dan edukatif.

1. Kualitas Ayam yang Sehat dan Higienis

Ayam *EduFarm* dipelihara dengan memperhatikan standar kesehatan dan kebersihan yang tinggi. Pakan yang digunakan adalah pakan berkualitas tanpa bahan kimia berbahaya, serta proses pemeliharaan dilakukan dalam lingkungan kandang yang bersih dan terkontrol, sehingga menghasilkan ayam yang sehat, bergizi, dan layak konsumsi.

2. Penerapan Prinsip Kesejahteraan Hewan (*Animal Welfare*)

Proses pemeliharaan ayam dilakukan dengan memperhatikan kenyamanan dan kesejahteraan hewan. Ayam-ayam tidak hanya diberi pakan yang cukup, tetapi juga memiliki ruang gerak yang memadai dan lingkungan yang mendukung pertumbuhan alami mereka.

3. Berorientasi Edukasi dan Pelatihan

Keunggulan utama Ayam *EduFarm* terletak pada konsepnya yang menggabungkan *bisnis dan pendidikan*. Peternakan ini menjadi sarana pembelajaran langsung bagi siswa, mahasiswa, dan masyarakat umum yang ingin memahami dunia peternakan modern secara praktis dan ilmiah.

4. Inovasi dalam Manajemen Peternakan

EduFarm menerapkan teknologi dan sistem manajemen peternakan kontemporer seperti pengaturan pakan otomatis, pemantauan kesehatan ayam, serta sistem kebersihan kandang yang efisien. Inovasi ini membantu meningkatkan produktivitas sekaligus menjaga kualitas hasil ternak.

5. Berbasis Lingkungan dan Keberlanjutan

Setiap proses produksi di *EduFarm* memperhatikan aspek ramah lingkungan. Limbah peternakan dikelola menjadi pupuk organik yang dapat digunakan kembali, sehingga mendukung pertanian berkelanjutan dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

6. Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat

EduFarm juga membuka peluang kerja sama dengan peternak lokal serta memberikan pelatihan bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, keberadaan *EduFarm* tidak hanya menghasilkan produk unggulan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan ekonomi dan keterampilan masyarakat.

2.4. Lokasi dan Target Pasar

Usaha Ayam Pedaging “*EduFarm*” berlokasi di Program Studi PGSD Kampus B FKIP Universitas Lampung, tepatnya di area kebun belakang kampus yang beralamat di Jl. Budi Utomo, Blok 25, Margorejo, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro.

Target pasar dari usaha ini meliputi penjual daging ayam, mahasiswa, dosen, dan staf kampus yang membutuhkan daging ayam segar dan bergizi untuk di konsumsi sehari-hari. Selain itu, usaha ini juga menyasar masyarakat sekitar kampus yang ingin mendapatkan daging ayam segar dengan kualitas terjamin, serta toko-toko penjual ayam potong di wila.

BAB III

ANALISIS UHASA DAN STRATEGI PEMASARAN

3.1. Analisis SWOT

1. *Strengths* (Kekuatan)

- Daya tahan ayam kampung lebih tahan terhadap penyakit dan perubahan cuaca.
- Daging ayam kampung lebih gurih dan padat.
- Memiliki nilai jual yang lebih tinggi.
- Perawatan lebih mudah, tidak memerlukan sistem pemeliharaan intensif.
- Nilai jual yang stabil, bahkan cenderung meningkat mendekati hari besar keagamaan.

2. *Weaknesses* (Kelemahan)

- Pertumbuhan ayam kampung yang cenderung lambat membutuhkan waktu lebih lama untuk mencapai bobot panen (4–6 bulan).
- Produktivitas telur ayam kampung lebih rendah dibanding ayam ras.
- Keterbatasan pengetahuan kami (pemula) yang belum memahami pakan alami dan manajemen pembiakan yang efisien.
- Minimnya dana yang dimiliki peternak (mahasiswa).

3. *Opportunities* (Peluang)

- Permintaan pasar terus meningkat, banyak konsumen beralih ke ayam kampung karena dianggap lebih sehat dan alami.
- Harga jual tinggi, daging ayam kampung dapat mencapai 1,5–2 kali lipat harga ayam broiler.
- Peluang pengembangan produk olahan, dapat dijadikan sate ayam kampung, ayam goreng khas kampung, abon, hingga ayam bakar kemasan dan masih banyak olahan lainnya.
- Pasar *online* & lokal, penjualan bisa dilakukan secara langsung di sekitar tempat tinggal (pasar rakyat) atau melalui media sosial

4. *Threats* (Ancaman)

- Persaingan dengan ayam ras, harga ayam ras yang lebih murah sehingga dapat menarik sebagian konsumen.
- Penyakit menular, meskipun ayam kampung lebih tahan tetapi tetap berisiko terkena flu burung atau cacingan.
- Kondisi cuaca ekstrem dapat memengaruhi kenyamanan kandang dan produktivitas ayam.
- Harga pakan alami dan jagung naik, kenaikan harga bahan pakan dapat menurunkan margin keuntungan.
- Kesibukan peternak sebagai mahasiswa terkadang membuatnya kesulitan mengurus ternak ayam.

3.2. Strategi Pemasaran (Produk, Harga, Tempat, Promosi)

Untuk mengoptimalkan hasil usaha peternakan ayam kampung dan menghadapi berbagai tantangan yang ada, diperlukan strategi pemasaran yang terencana dan berkelanjutan. Strategi pemasaran yang digunakan dalam usaha ini mengacu pada konsep Marketing Mix (4P), yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat/Distribusi), dan Promotion (Promosi).

1. Produk (Product)

Produk utama yang ditawarkan adalah ayam kampung hidup dan daging ayam kampung segar yang berasal dari ayam kampung asli dengan perawatan alami. Selain itu, pengembangan produk dilakukan dengan menghadirkan berbagai olahan ayam kampung, seperti:

- Ayam kampung goreng khas kampung,
- Sate ayam kampung,
- Abon ayam kampung,
- Ayam bakar kemasan siap saji.

Ciri khas produk adalah kualitas rasa yang gurih, tekstur daging padat, dan jaminan ayam sehat tanpa bahan kimia atau hormon pertumbuhan. Pengemasan produk dilakukan secara higienis dengan label sederhana yang menampilkan merek usaha, tanggal produksi, dan keterangan halal.

2. Harga (Price)

Penetapan harga didasarkan pada analisis biaya produksi, margin keuntungan, serta harga pasar pesaing. Strategi harga yang digunakan adalah:

- Strategi harga kompetitif: menyesuaikan dengan harga pasar ayam kampung lokal namun tetap memberikan kualitas lebih baik.
- Penetapan harga premium untuk produk olahan, karena memiliki nilai tambah dari segi cita rasa, kemasan, dan kepraktisan.
- Diskon dan promo khusus diberikan pada pembelian dalam jumlah besar (misalnya untuk acara hajatan atau pesanan rutin warung makan).

3. Tempat (Place / Distribusi)

Distribusi dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu penjualan langsung dan tidak langsung:

- Penjualan langsung: dilakukan di sekitar tempat tinggal atau di pasar tradisional setempat.
- Penjualan online: memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook Marketplace, dan platform e-commerce lokal (ShopeeFood, GrabFood, GoFood).
- Kerja sama kemitraan: dengan pedagang ayam, rumah makan, atau katering yang membutuhkan pasokan ayam kampung secara rutin.

Untuk menjaga kesegaran produk, sistem pengantaran dilakukan dengan kendaraan pribadi dalam jarak dekat atau menggunakan jasa pengiriman cepat untuk pesanan online.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan membangun kepercayaan konsumen. Beberapa strategi promosi yang digunakan antara lain:

- Promosi digital melalui media sosial dengan menampilkan foto produk, testimoni pelanggan, dan konten edukatif tentang manfaat ayam kampung.
- Promosi langsung (*word of mouth*) melalui teman, keluarga, dan lingkungan kampus.

- Program loyalitas pelanggan, seperti potongan harga untuk pembelian kedua atau gratis ongkir untuk pelanggan tetap.
- Partisipasi dalam bazar atau event kampus/desa, guna memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan produk ke masyarakat luas

BAB IV

ASPEK KEUANGAN

4.1. Rencana Modal Awal

Rencana modal awal adalah perencanaan biaya yang dibutuhkan sebelum memulai sebuah usaha. Tujuannya untuk memperkirakan besarnya dana yang harus disiapkan agar kegiatan usaha dapat berjalan lancar sejak awal hingga menghasilkan keuntungan. Dalam konteks usaha peternakan ayam, rencana modal awal meliputi pembelian bibit ayam, pembuatan kandang, pembelian pakan, serta kebutuhan perawatan seperti vitamin dan vaksin. Dengan adanya rencana modal awal, pelaku usaha dapat:

- Mengatur keuangan secara terencana.
- Mengetahui kebutuhan prioritas dalam usaha.
- Menghitung potensi laba dan balik modal.

No.	Uraian Kebutuhan	Jumlah	Perkiraan Harga	
			Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1.	Paku Besar	1 Bungkus	10.000	10.000
2.	Kawat	20 Meter	7.500 / Meter	150.000
3.	Wadah Makan dan Minum	1 Buah	18.000	18.000
4.	Paku Kecil	1 Bungkus	5.000	5.000
5.	Asbes	1 Buah	44.000	44.000
6.	Tali Ties	2 buah	5.000	10.000
Total (Rp):		237.000,00		

4.2. Estimasi Biaya Operasional

Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau usaha untuk menjalankan kegiatan pokok sehari-hari dalam proses produksi atau pelayanan. Biaya ini meliputi pengeluaran yang diperlukan agar bisnis atau produksi dapat berjalan, seperti pembelian bahan baku, pembayaran gaji karyawan, biaya administrasi, listrik, perawatan peralatan, sewa tempat, pemasaran, dan obat-obatan jika terkait. Biaya

operasional bersifat berkelanjutan dan rutin, dimaksudkan untuk memastikan kelancaran aktivitas usaha. Contohnya dalam usaha ternak ayam kampung, biaya operasional mencakup pembelian bibit ayam, pakan, vaksin dan obat, tenaga kerja, listrik, serta perawatan kandang dan peralatan. Biaya operasional berbeda dengan biaya modal atau belanja investasi, karena tidak mencakup pengeluaran yang bersifat satu kali seperti pembelian mesin atau kandang baru.

Estimasi biaya operasional 7 ekor ayam kampung dalam 4 bulan:

Kebutuhan	Estimasi Harga dalam 4 Bulan
Ayam kampung usia 2 bulan	Rp 140.000,00
Pur ayam 5,4 kg	Rp 46.500,00
Dedak 3kg	Rp 15.000,00
Vitamin ayam	Rp 36.000,00
Perawatan kandang	Rp 20.000,00
Pembuatan maggot	Rp 13.500,00
Jumlah	Rp 271.000,00

4.3. Proyeksi Keuntungan

Dalam sebuah perusahaan seperti Ayam *Edufarm*, membuat perencanaan keuangan dengan menggunakan proyeksi keuntungan sangat penting. Hal ini membantu usaha peternakan agar tidak membuat kesalahan dalam mengelola uang. Proyeksi keuntungan adalah perkiraan mengenai laba yang bisa diperoleh di masa depan. Proyeksi keuntungan sangat penting untuk merencanakan keuangan dalam usaha Ayam *Edufarm*.

1. Memprediksi Masa Depan

Ini adalah salah satu alasan mengapa usaha seperti Ayam *Edufarm* harus menggunakan proyeksi keuntungan. Dengan proyeksi tersebut, pemilik usaha bisa memperkirakan laba yang akan didapatkan dari hasil penjualan ayam atau produk olahan di masa mendatang. Jika perencanaan yang dibuat berbeda, maka proyeksi keuntungannya juga akan berbeda. Oleh karena itu, Ayam *Edufarm* perlu memikirkannya secara cermat agar rencana yang dibuat sesuai dengan tujuan produksi dan penjualan yang ingin dicapai.

2. Membuat Rencana Bisnis

Adanya proyeksi keuntungan dapat membantu Ayam *Edufarm* dalam menyusun rencana bisnis yang lebih terarah. Prediksi keuntungan bisa berbeda-beda tergantung dari cara perencanaan keuangan yang digunakan. Misalnya, Ayam *Edufarm* bisa merencanakan langkah-langkah untuk mencapai proyeksi keuntungan, seperti memperluas kandang, meningkatkan kualitas pakan, atau menambah jumlah bibit ayam. Setiap langkah tersebut harus diperhitungkan agar tidak mengakibatkan kerugian di masa depan.

Proyeksi keuntungan menjadi acuan penting dalam pengambilan keputusan. Selain itu, proyeksi ini juga membantu manajemen memahami bagaimana usaha peternakan ayam dapat berkembang dalam jangka waktu tertentu.

3. Membuat Anggaran Keuangan

Proyeksi keuntungan di Ayam *Edufarm* juga berguna untuk membuat anggaran keuangan. Dari proyeksi tersebut, perusahaan bisa mengetahui berapa besar pengeluaran yang dibutuhkan, seperti biaya pakan, perawatan ayam, obat-obatan, dan upah karyawan.

Perhitungan yang tepat akan membantu Ayam *Edufarm* menjalankan bisnis sesuai dengan anggaran yang sudah ditentukan, sehingga tidak ada pemborosan dan keuntungan tetap sesuai target. Jika dana yang ada tidak cukup, Ayam *Edufarm* bisa mempertimbangkan mencari modal tambahan, seperti kerja sama atau pinjaman usaha. Namun, semua keputusan harus diambil dengan hati-hati dan mempertimbangkan risiko usaha peternakan.

4. Mengantisipasi Masalah

Perencanaan keuangan yang baik membantu Ayam *Edufarm* mempersiapkan diri menghadapi berbagai masalah yang mungkin terjadi, seperti kenaikan harga pakan, penyakit ayam, atau penurunan permintaan pasar. Dengan proyeksi keuntungan yang jelas, Ayam *Edufarm* bisa lebih siap menghadapi risiko-risiko tersebut dan mempertahankan stabilitas bisnis. Proyeksi keuntungan Ayam *Edufarm* adalah perkiraan tentang laba yang akan diperoleh dari penjualan ayam dan produk turunannya di masa depan.

Perkiraan ini didasarkan pada analisis pendapatan dan pengeluaran selama periode tertentu. Proyeksi ini membantu manajemen Ayam *Edufarm* memahami potensi keberhasilan usaha, menentukan apakah usaha layak untuk diinvestasikan, serta membantu menyusun strategi pengelolaan keuangan dan pemasaran yang lebih baik di masa depan.

Proyeksi keuntungan 7 ekor ayam kampung

Komponen	Nilai
Modal awal	Rp 237.000,00
Biaya Operasional	Rp 271.000,00
Harga jual 7 ekor ayam	Rp 770.000,00
Perkiraan keuntungan	Rp 262.000,00

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Ayam *EduFarm* bukan sekadar unit usaha peternakan, melainkan sebuah model kewirausahaan edukatif (*edupreneurship*) yang dirancang untuk mengatasi kesenjangan antara teori akademik dan praktik lapangan, khususnya bagi calon guru Sekolah Dasar (PGSD).

1. Perpaduan Edukasi dan Ekonomi

Model ini secara efektif mengintegrasikan fungsi pendidikan, penelitian, dan bisnis dalam satu unit operasional. Bagi mahasiswa PGSD, Ayam *EduFarm* berfungsi sebagai "Laboratorium Kehidupan" yang menyediakan konteks nyata untuk:

- Mengasah keterampilan manajerial proyek (*project-based learning*).
- Merancang pembelajaran kontekstual yang relevan dengan kehidupan masyarakat (*agribisnis*).
- Menumbuhkan semangat kewirausahaan dengan terlibat langsung dalam siklus produksi, pemasaran, dan analisis keuangan.

2. Keunggulan Kompetitif yang Jelas

Keunggulan utama Ayam *EduFarm* adalah nilai tambah edukatif dan kualitas berkelanjutan yang membedakannya dari peternakan komersial biasa. Keunggulan tersebut meliputi:

- Kualitas Produk: Ayam sehat, higienis, dan menerapkan prinsip *Animal Welfare*.
- Diferensiasi Layanan: Penjualan produk didukung oleh Pelatihan Terpadu dan
- Kunjungan Edukasi (*EduTour*) yang menghasilkan sumber pendapatan ganda (produk dan jasa).
- Aspek Lingkungan: Penerapan manajemen limbah menjadi pupuk organik yang mendukung prinsip keberlanjutan.

3. Strategi Pemasaran Berbasis Nilai

Strategi pemasaran Ayam *EduFarm* (Marketing Mix 4P) disusun untuk memanfaatkan ceruk pasar premium dan edukasi:

- Produk: Diferensiasi melalui produk olahan (Sate, Abon) dan layanan edukasi.

- Harga: Menggunakan strategi harga premium untuk produk olahan dan layanan pelatihan karena adanya nilai tambah edukatif dan kualitas yang terjamin.
- Tempat/Distribusi: Mengombinasikan penjualan langsung (pasar lokal/kampus) dengan digital (media sosial, *e-commerce* lokal) untuk memperluas jangkauan tanpa meninggalkan pasar terdekat.
- Promosi: Fokus pada konten edukatif di media sosial dan *word of mouth* berbasis komunitas kampus.

4. Fondasi Keuangan yang Terencana

Meskipun menghadapi tantangan modal dan lambatnya pertumbuhan ayam kampung, perencanaan keuangan yang cermat (modal awal, biaya operasional, dan proyeksi keuntungan) menjadi landasan penting. Proyeksi keuntungan yang dilakukan secara berkala berfungsi sebagai alat manajemen risiko dan referensi strategis untuk pengambilan keputusan, memastikan bahwa usaha dapat berjalan secara efisien dan berkelanjutan di masa depan.

Secara keseluruhan, Ayam *EduFarm* adalah solusi inovatif yang mengintegrasikan tuntutan kualitas lulusan perguruan tinggi (kompetensi dan kewirausahaan) dengan peluang bisnis di sektor agribisnis yang stabil.

5.2. Harapan Pengembangan Usaha

Harapan untuk pengembangan usaha Ayam *EduFarm* di masa mendatang adalah dapat menjadi usaha yang bersifat edukatif, berkelanjutan, dan terus meningkat dari segi kualitas serta kapasitas. Kami berharap bahwa usaha ini tidak hanya memberikan keuntungan secara finansial, tetapi juga menjadi tempat untuk praktik dan pembelajaran nyata bagi mahasiswa dalam hal kewirausahaan, manajemen peternakan, serta kerja sama tim. Di masa depan, diharapkan usaha ini dapat menambah jumlah hewan ternak, meningkatkan standar pemeliharaan, dan mengembangkan produk turunan seperti ayam ungkep dan hidangan ayam siap saji.

Selain itu, Ayam *EduFarm* diinginkan untuk memanfaatkan teknologi digital demi promosi dan pemasaran, membangun kerja sama dengan sekolah, masyarakat, dan lembaga kampus, serta menjadi contoh usaha berbasis pendidikan yang inovatif. Dengan cara ini, Ayam *EduFarm* dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi lingkungan

kampus dan masyarakat, serta menjadi sumber inspirasi bagi mahasiswa yang akan menjadi pendidik dan wirausahawan muda yang kreatif dan mandiri.

LAMPIRAN

