



Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi

ISSN-e 2502-275255

Vol. 6, No 2, April 2021, Hal: 98-105, Doi: <https://doi.org/10.36709/jopspe>

Available Online at <http://ojs.uho.ac.id/index.php/jopspe>

PENGEMBANGAN PEMASARAN AYAM POTONG KEMASAN CAHAYA SOPPENG DI KELURAHAN PUNGALUKU KECAMATAN LAEYA KABUPATEN KONAWA SELATAN

Silvia Idris¹⁾, Edy Karno.²⁾, Hasniah³⁾

¹Program Studi/ Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Halu Oleo, Alamat Jalan H.E.A Mokodompit Kampus Hijau Bumi Tridharma, Anduonohu, Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk 1). Mengetahui pengembangan pemasaran ayam potong kemasan Cahaya Soppeng, 2). Peneliti ingin adanya inovasi pada produk ayam potong yang dapat bersaing di pasaran serta mengikuti permintaan pasar. Prosedur pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Research and Development (R&D)*, yang terdiri dari 1). *Idea generation*, 2). *Idea sreening*, 3). *Concept Defelopment and testing*, 4). *Marketing strategy development*, 5). *Business analysis*, 6). *Product Development*, 7). *Market testing*, 8). *Commercialization*. Fokus dalam penelitian ini yakni : 1). Pengembangan pemasaran ayam potong kemasan untuk meningkatkan pendapatan, 2). Membuat inovasi yang bisa di jangkau oleh masyarakat di Kelurahan Punggaluku Kabupaten Konawe Selatan. Sumber dalam pengujian produk menggunakan beberapa panelis sebagai sumber data. Metode analisis data yang digunakan yakni dengan borang lembar penilaian/kuesioner sebagai acuan penilaian produk. Penilaian produk terdiri dari beberapa aspek yaitu 1). Kualitas daging ayam, 2). Kemasan, Harga Produk, dan 3). Kepuasan Konsumen. Hasil dari penelitian ini ialah berdasarkan uji kelayakan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa untuk kualitas daging ayam nilai rata-rata 3.92, Kemasan, rata-rata 3.88, harga rata-rata 3.64 dan kepuasan konsumen rata-rata 3.92. Setelah adanya inovasi pengembangan produk menjadi kemasan yang praktis, inovasi tersebut telah menambah angka penjualan ayam potong cahaya soppeng. Pengembangan Ayam Potong kemasan Cahaya Soppeng di Kelurahan Punggaluku Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan telah dilakukan oleh pihak peneliti dengan pendapatan yang diperoleh selama 4 minggu pada bulan Juni 2020 adalah sebesar Rp.13.600.000 dengan penjualan sebanyak 440 pcs ayam potong kemasan.

Kata Kunci: Pengembangan, pemasaran ayam potong Kemasan, Cahaya Soppeng

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini harus terus berinovasi dengan meningkatkan sumber daya manusia. Peternakan menjadi bagian dari pembangunan keseluruhan yang bertujuan untuk menyediakan pangan hewani yang berupa daging, susu serta telur yang bernilai gizi tinggi, meningkatkan pendapatan peternak serta menambah devisa dan memperluas kesempatan kerja. Hal inilah yang mendorong pembangunan sektor peternakan sehingga pada masa yang akan datang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata dalam pembangunan perekonomian bangsa (Saragih, 2000).

* Korespondensi Penulis. E-mail: Silviaidruss@gmail.com

Pengembangan peternakan diarahkan untuk mewujudkan kondisi peternakan yang maju, efisien dan tangguh yang dicirikan oleh kemampuannya menyesuaikan pola dan struktur produksi dengan permintaan pasar serta kemampuannya terhadap pembangunan wilayah, kesempatan kerja, pendapatan, perbaikan taraf hidup, perbaikan lingkungan hidup serta berperan dalam pertumbuhan ekonomi (Dinas Peternakan Jawa Tengah, 2001).

Penelitian relevan yang mengkaji tentang pengembangan usaha ayam potong pernah dilakukan oleh Harnanto (2005) yang berjudul “usaha pemasaran ayam broiler di UD Bambang Banyudono Boyolali, Surakarta”. Juga dari penelitian Juliana R (2017) yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Peternak Ayam broiler (Studi Kasus Peternak ayam broiler Tanjung Morawa)” dengan kesimpulan bahwa usaha peternakan ayam broiler dapat memberikan peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan, dan terbukanya kesempatan kerja, prospek pengembangan usaha ayam broiler menjanjikan, Usaha yang sejenis di Kecamatan Tanjung Morawa, dapat memberikan peluang bagi pengusaha agar dapat lebih mengembangkan usahanya dalam variasi produk maupun dalam kualitas produk.

Menurut studi Kantar *World* panel Indonesia pada tahun 2013, penggemar makanan kemasan beku seperti ayam kemasan, *nugget*, sosis, kentang siap goreng, bakso, dan lain- lain terus meningkat. Data ini didukung oleh naiknya jumlah pembeli yang mencapai 63 persen dari total rumah tangga urban di Indonesia, angka ini naik 8 poin dibandingkan dengan tahun 2012. Naiknya jumlah pembeli juga didukung oleh meningkatnya pengeluaran per rumah tangga sebesar 28 persen untuk kategori produk makanan kemasan beku, dari Rp. 100.000 setahun menjadi Rp. 128.000. (Rukmiasih, 2013).

Usaha ayam potong merupakan salah satu jenis usaha yang sangat potensial dikembangkan. Hal ini tidak terlepas dari berbagai keunggulan yang dimilikinya antara lain masa produksi yang relatif pendek kurang lebih 32-35 hari, produktivitasnya tinggi, harga yang relatif murah, dan permintaan yang semakin meningkat (Kurniati, 2014). Ayam potong merupakan jenis hewan ternak kelompok unggas yang tersedia sebagai sumber makanan, terutama sebagai penyedia protein hewani. Menurut Srigandono (2010) keunggulan ayam broiler adalah siklus produksi yang singkat yaitu dalam waktu 4-6 minggu ayam broiler sudah dapat dipanen dengan bobot badan 1,5-1,56 kg/ekor Perusahaan memberikan *strain* yang baik agar ayam mendapatkan hasil dan kualitas yang baik, perusahaan juga harus memilah milih dalam memilih bibit dan pakan.

Menurut Widjaja (2003) mengatakan bahwa bisnis ayam potong atau ayam pedaging relatif lebih menarik dibandingkan bisnis ayam petelur. daya alih pakan menjadi telur sangat rendah. Oleh karena itu, ayam potong lebih cocok atau menguntungkan bila diternakkan sebagai penghasil daging. Hal ini dikarenakan dengan pakan yang hemat mampu mengubahnya menjadi produk daging dengan sangat cepat (Samadi, 2010). Dengan waktu pemeliharaan yang relatif singkat dan menguntungkan, maka banyak peternak baru serta peternak musiman yang bermunculan diberbagai wilayah Indonesia (Rasyaf, 2006).

Menurut Yunus (2007), peluang investasi agribisnis ayam potong memiliki prospek yang cukup cerah untuk masa yang akan datang. Pengembangan

usaha ternak sangat bergantung pada akses terhadap berbagai sumber daya. Sumber daya tersebut diantaranya yaitu sumber daya finansial, sumber daya teknologi, sumber daya fisik, sumber daya ekonomi, sumber daya lingkungan, dan sumber daya sosial (Syukur,2014). Dengan semakin besarnya akses terhadap sumber daya maka semakin tinggi peluang untuk melakukan pengembangan usaha ternak (Yudiarini, 2014). Ayam potong Cahaya Soppeng di Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan mempunyai potensi untuk lebih berkembang lagi di bidang pasar tradisional maupun pasar modern dengan kemasan yang lebih *simpel, praktis*, aman dan murah sehingga dapat di jangkau untuk semua kalangan. Terlihat dari kebutuhan masyarakat untuk daging ayam contohnya ayam potong sangat meningkat karena bertambahnya penduduk serta banyaknya Rumah Makan yang memungkinkan untuk setiap harinya bisa membeli ayam potong, dengan pengembangan produk dari ayam potong ini masyarakat dan pemerintah setempat akan sangat mendukung karena terpenuhinya daging ayam yang bisa di beli dengan murah serta dengan cara yang mudah (Anggrodi, 2002).

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengembangan Pemasaran Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng di Kelurahan Punggaluku Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan.

Tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah: 1). Untuk Mengetahui Pengembangan Pemasaran Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng. 2). Peneliti ingin adanya inovasi pada produk ayam potong yang dapat bersaing di pasaran serta mengikuti permintaan pasar.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian pengembangan R&D (*Research & Development*). Yang terdiri dari 1). *Idea generation*, 2). *Idea sreening*, 3). *Concept Development and testing*, 4). *Marketing strategy development*, 5). *Business analysis*, 6). *Product Development*, 7). *Market testing*, 8). *Comersialization*. Subjek Pengujian produk pada penelitian ini terdiri dari : ahli bidang peternakan, ahli bidang kemasan, BPOM, dan konsumen ayam potong kemasan Cahaya Soppeng yang terdiri dari 25 orang. Peneliti menggunakan beberapa panelis sebagai sumber data. Penelitian dilakukan di Desa Lerepako Kelurahan Punggaluku Kecamatan Laeya Kabupaten Konawe Selatan. Metode analisis data yang digunakan yakni dengan borang lembar penilaian/kuesioner sebagai acuan penilaian produk. Analisis Data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif, kualitatif, dan kuantitatif. Deskriptif, kualitatif, atau uji penerimaan, dihitung dengan penilaian terhadap kualitas daging ayam, kemasan, harga produk, dan kepuasan konsumen. Sedangkan secara kuantitatif diukur dari hasil penerimaan 25 panelis terhadap produk yang diterima maupun produk yang tidak diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN




Pada awalnya usaha ayam potong Cahaya Soppeng tidak terlalu diketahui oleh masyarakat, setelah beberapa tahun berjalan permintaan pasar semakin tinggi disebabkan kepercayaan konsumen mulai muncul kepada usaha ayam Potong Cahaya Soppeng yang terjamin kualitas dagingnya, Usaha ayam potong mengalami peningkatan sejak 2012 hingga sekarang. Pemasaran ayam potong

tersebut dilakukan di wilayah Kabupaten Konawe Selatan sampai dengan Kabupaten Muna. Seiring berjalannya waktu penjual ayam potong sudah banyak bermunculan dengan sistem pemasaran yang sejenis. Mulai dari sinilah usaha ternak ayam potong Cahaya Soppeng milik bapak Idris harus terus di tingkatkan, sehingga beliau berinisiatif melakukan strategi dalam rangka mempertahankan usahanya, di tengah-tengah persaingan yang terjadi beliau mengharapkan adanya inovasi produk yang bisa menarik ketertarikan masyarakat untuk membeli produk dengan cara mudah dan terjangkau.

Dalam upaya mengikuti permintaan pasar dan bersaing di pasar tradisional maupun modern sebuah strategi diperlukan oleh perusahaan dalam rangka mewujudkan tujuan inti perusahaan sesuai dengan posisi atau keadaan di masa itu, akan tetapi yang paling utama adalah dimana perusahaan mengharapkan bahwa produk dapat diterima oleh konsumen sehingga menambah tingkat penjualan. Pengembangan produk ayam potong Kemasan dilakukan untuk memenuhi keinginan konsumen yang sering berubah-ubah, mencegah agar konsumen tidak bosan dengan produk yang ditawarkan, sehingga peneliti dan pemilik mengharapkan agar penjualan ayam potong semakin meningkat dengan pengembangan melalui pemasaran ayam potong kemasan.

Tahap pengembangan produk yang diterapkan adalah mulai dari adanya ide kemudian melihat situasi pasar produk apa yang diinginkan konsumen, setelah itu produk akan dibuat dan dikenalkan jika produk mendapat respon baik maka produk akan dilanjutkan produksinya dan sebaliknya jika produk mendapat respon rendah maka produk tersebut akan dihentikan proses produksinya. Pengembangan produk yang dilakukan adalah dengan cara inovasi pemasaran yakni pada kemasan, membuat produk yang berada dalam kemasan terdiri dari beberapa macam kelompok bagian pada ayam potong, seperti dada ayam, paha ayam, sayap ayam, dan ceker ayam yang tervakum di dalam kemasan yang telah di berikan merk. Produk yang dikembangkan terdiri dari *Chicken Breast* (Dada Ayam), *Chicken Thigh* (Paha Ayam), *Chicken Wings* (Sayap Ayam), Kemasan Ceker. Pada proses pembuatan produk menggunakan metode yang di buat oleh Philip Kotler yang dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

Tabel 1. Ide dan acuan Pengembangan Ayam Potong kemasan

Sebelum Pengembangan		Sesudah Pengembangan	
Ayam yang di pasarkan dijual secara utuh dengan kantong kresek biasa		Ayam potong telah dikemas dengan kemasan yang telah di vakum dan telah di potong-potong	
Ayam yang dipasarkan yang telah di potong-potong		Ayam potong yang telah dilakukan pen gembangan dan dipasarkan.	

Sumber : Data diolah pada tahun 2020

Meningkatnya persaingan pasar maka usaha ayam potong kemasan Cahaya Soppeng melakukan inovasi baik dari segi kualitas maupun tampilan *design* produk yg mereka gunakan. Pada tahap ini mulai dilakukan percobaan dengan merubah kantong kresek plastik dengan mendiversifikasikan kemasan plastik *vacum bag* untuk kemasan ayam potong, sehingga diperoleh formula terpilih pada tahapan *design* karena dilakukan dengan cara mengganti kantong kresek plastik dengan kemasan plastik *vacum bag* untuk ayam potong. Sehingga di dapat rancangan produk sebagai berikut :

Tabel 2. Rancangan produk

<p>Sebelum</p>	 <p>Plastik/kresek penyimpanan untuk ayam potong</p>	 <p>Banner sebagai media pemasaran untuk penjualan ayam potong</p>
<p>Diversifikasi</p>	 <p>Plastik Vacum Bag Penyimpanan ayam potong</p>	 <p>Sticker Vinyl Transparan media pemarkan sekaligus label untuk penjualan ayam potong</p>

Sumber: Data diolah Pada tahun 2020

Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng dalam 1 kali produksi menghasilkan 55 bungkus kemasan yang terdiri dari bagian ayam potong yang berbeda yakni Kemasan Dada (*Chicken Breast*) 24 bungkus, Kemasan Paha (*Chicken Thigh*) 16 bungkus, Kemasan Sayap (*Chicken Wings*) 10 bungkus dan Kemasan Ceker 5 bungkus. Dalam 1 ekor ayam potong Kemasan Dada terdiri dari 6 potongan yang dalam sekali produksi dipotong 20 ekor, dalam satu kemasan dada terdiri dari 5 potong dada ayam, sehingga 6 potong dada ayam X 20 ekor ayam = 120 Potong dada ayam yang dibagi dalam setiap kemasan 5 potong, sehingga total kemasan dada 24 bungkus. Begitu pula dengan 1 ekor ayam potong, Bagian Paha terdiri dari 4 potongan yang dalam sekali produksi dipotong 20 ekor, dalam satu kemasan dada terdiri dari 5 potong paha ayam, sehingga 4 potong paha ayam X 20 ekor ayam = 80 Potong paha ayam yang dibagi dalam setiap kemasan 5 potong, sehingga total kemasan paha 16 bungkus. Dalam 1 ekor ayam potong, sayap terdiri dari 2 potongan yang dalam sekali produksi dipotong 20 ekor, dalam satu kemasan sayap terdiri dari 5 potong sayap ayam, sehingga 2 potong sayap ayam X 20 ekor ayam = 40 Potong sayap ayam yang dibagi dalam setiap kemasan 4 potong, sehingga total kemasan sayap 10 bungkus.

Penjualan diluar kemasan juga dilakukan oleh Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng, Penjualan diluar kemasan pada bagian-bagian tertentu pada ayam yaitu hati, ampla, leher, kepala, usus dan bulu ayam, setiap produksi bagian-bagian tersebut juga akan ikut di beli oleh konsumen walaupun tanpa kemasan. Dan jumlah penerimaan dari bagian-bagian ayam potong ini yakni berjumlah Rp

225.000 .Harga jual merupakan besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen atau pembeli, dengan tujuan mendapatkan laba seperti yang diharapkan. Berikut ini tabel pendapatan ayam potong kemasan Cahaya Soppeng periode bulan Juni 2020 :

Tabel 4. **Pendapatan pengembangan Pemasaran Ayam potong kemasan Cahaya Soppeng**

NO	Nama Produk	Q (Quantitas) Jumlah	P (Price) Harga	Total (Px Q)
	Ayam potong Kemasan :			
1	Kemasan Dada (<i>Chicken Brest</i>)	24 bungkus	Rp. 35.000	Rp. 840.000
2	Kemasan Paha (<i>Chicken Thigh</i>)	16 Bungkus	Rp. 35.000	Rp.560.000
3	Kemasan Ceker (<i>chicken Wings</i>)	10 Bungkus	Rp.25.000	Rp.250.000
4	Kemasan Ceker	5 Bungkus	Rp. 10.000	Rp.50.000
TOTAL Rp. 1.700.000				

Sumber: Data diolah pada tahun 2020.

Berdasarkan Hasil penelitian pendapatan yang diperoleh dari pengembangan pemasaran ayam potong kemasan cahaya soppeng dalam sekali produksi ,menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 1.700.000/produksi.

Tabel 5. **Pendapatan pengembangan pemasaran ayam potong kemasan Cahaya Soppeng**

No	Jenis Produk	Harga / Kemasan	Jumlah Produksi / Bulan	Jumlah Penerimaan
1	Kemasan Dada	Rp 35.000	192 Bks	Rp 6.720.000
2	Kemasan Paha	Rp 35.000	128 Bks	Rp 4.480.000
3	Kemasan Sayap	Rp 25.000	80 Bks	Rp 2.000.000
4	Ceker	Rp 10.000	40 Bks	Rp 400.000
TOTAL			440 Bks	Rp 13.600.000

Sumber: Data diolah pada tahun 2020.

Tabel diatas menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh pada usaha pengembangan ayam potong kemasan cahaya soppeng jika dilihat dalam waktu produksi sebesar Rp. 1.700.000 dengan penjualan sebanyak 55 bungkus. Jika dilihat dalam produksi bulanan jumlah penerimaan yang diperoleh sebesar Rp 13.600.000. Dalam sekali produksi jumlah ayam potong kemasan Cahaya Soppeng sebesar 55 bungkus, dalam 1 bulan produksi dilakukan sebanyak 8 kali, sehingga jumlah total produksi ayam potong kemasan cahaya soppeng sebesar 440 bungkus, terdiri dari Kemasan Dada 192 bungkus, Kemasan Paha 128 bungkus, kemasan Sayap 80 bungkus dan kemasan ceker 40 bungkus. Jika melihat dari tabel diatas dalam perbulan Pendapatan yang diperoleh dari Kemasan Dada sebesar Rp 6.720.000, Kemasan Paha Rp 4.480.000, Kemasan

Sayap Rp 2.000.000, dan Kemasan Ceker Rp 400.000. Total Penerimaan yang diperoleh dalam 1 bulan dengan 8 kali produksi sebesar Rp 13.600.000 .

Dari hasil pendapatan dan harga jual pengembangan pemasaran ayam potong kemasan cahaya soppeng di Desa Lerepako, Kelurahan Punggaluku Kabupaten Konawe Selatan. Pada waktu produksi 1-8 pada bulan Juni 2020 sebesar Rp.13.600.000 dengan rincian Rp. 1.700.000 tiap produksinya. Sehingga dengan modal pada tabel diatas Rp7.548.000 dalam kurun waktu bulan Juni, laba bersih dari usaha pengembangan ayam potong kemasan Cahaya Soppeng sebesar Rp. 6.051.400. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Pengembangan Ayam Potong kemasan Cahaya Soppeng sangat menguntungkan untuk dijadikan usaha, dan lebih tepatnya meningkatkan pendapatan pemilik.

Tabel 6. Hasil Rata-Rata uji Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng Oleh Panelis.

No	Karakteristik	Rata-Rata	Keterangan
1.	Kualitas Ayam	3.92	Disukai
2.	Kemasan	3.88	Disukai
3.	Harga	3.64	Disukai
4.	Kepuasan	3.92	Disukai

Sumber: Data diolah pada tahun 2020.

Berdasarkan uji kesukaan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa untuk kualitas ayam nilai rata-rata 3.92, Kemasan rata-rata 3.88, Harga rata-rata 3.64 dan Kepuasan Konsumen rata-rata 3.92. Selain telah melakukan uji kesukaan kepada panelis peneliti juga telah melakukan uji BPOM terhadap Kandungan Kimia Fisika, dari hasil uji BPOM dapat diketahui bahwa Ayam Potong Kemasan Cahaya Soppeng Negatif mengandung Kandungan Kimia Fisika (Formalin).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu: 1) uji kelayakan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa untuk kualitas daging ayam nilai rata-rata 3.92, Kemasan, rata-rata 3.88, harga rata-rata 3.64 dan kepuasan konsumen rata-rata 3.92. 2). Adanya inovasi pengembangan produk menjadi kemasan yang praktis telah menambah angka penjualan ayam potong cahaya soppeng. 3). Laba bersih dari hasil pengembangan Pemasaran ayam potong kemasan cahaya soppeng selama periode Juli 2020 adalah sebesar Rp 6.051.400.

Berdasarkan hasil penelitian ini ada pun saran yang dapat di simpulkan yaitu: Jika ingin ayam potong Kemasan lebih tahan lama dan tetap terjamin kualitas dari daging ayam itu sendiri, simpan ayam potong kemasan di dalam *freezer* dengan suhu 12° - 18° C.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrosdi, R. (2002). *ilmu makanan ternak umum*. jakarta: PT Gramedia.
- Dinas Peternakan Provinsi, J. (2001). *Kebijakan pengembangan peternakan itik di Jawa Tengah*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kurniati, R., A. Polana., S. Alam., & E. Parwanto. 2014. *Sukses Beternak Ayam Broiler* Agromedia Pustaka, Jakarta.

- Rasyaf, M. 2006. *Beternak Ayam Broiler (pedaging)*. Cetakan Ke-11. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rukmiasih, M. S. 2013. *Meningkatkan Produksi Daging*. Penebar Swadaya, Yogyakarta.
- Samadi. 2010. *Sukses beternak Ayam ras petelur dan pedaging*. Pustaka Mina. Yogyakarta
- Saragih, B. 2000. *Agribisnis Berbasis Peternakan*. Pustaka Wirausaha Muda. Bogor.
- Srigandono, B. 2010. *Produksi Unggas Air*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Syukur, S. H., Z. Fanani, B.A. Nugroho, & M. Antara. 2014. *Empowerment of livestock farmer through graduate program to build to village on dynamics of beef cattle farmers groups level of gaduhan model*. Journal of Natural Science Research 4:107-112.
- Widjaja 2003. *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius.
- Yudhartini, A. 2014. *Manajemen Ternak Unggas*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Yunus, K., 2007. *Prospek Pengembangan Usaha Peternakan Pola Integrasi*. Sains Peternakan 5(2):26-33. Jakarta