

PERILAKU KONSUMEN DAGING AYAM BROILER DI PASAR TRADISIONAL DAN MODERN

Consumer Behavior of Broiler Meat in Traditional and Modern Markets

***Franky N. S. Oroh, Stevy P. Pangemanan, dan Gracia Vivi Pandiangan**

Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia

**Corresponding author: email: frankyoroh@unsrat.ac.id*

ABSTRACT

The purpose of this study was are to describe consumer behavior in buying broiler meat at the traditional and Modern Market. This research was conducted September-Oktober in Sorong City, West Papua. The sampling method used accidental sampling, and used descriptive data analysis. Variables namely Quality, Location, Price, and product information. The results of the study were obtained. First, broiler meat distribution channels at Saga supermarkets, namely from breeders to retailers and to consumers. Supermarker Saga as a Retail Merchant. The behavior of broiler meat consumers based on the quality of the meat in the Warmon market was 64%, because consumers prefer the freshness of traditional market meat. Based on location, consumers prefer Saga supermarkets as much as 74% because of complete facilities and convenience. Based on the price of broiler meat, the percentage of supermarket saga is 66% because this place sells meat according to the wishes of consumers in the form of cuts of meat at the right price. Based on information from Saga supermarkets, there were 78% due to more information on products to consumers through sosial media.

Keywords : *consumer behavior, distribution channels, broiler meat, markets and supermarkets.*

ABSTRAK

Penelitian bertujuan mendeskripsikan perilaku konsumen membeli daging broiler di pasar tradisional dan pasar modern. Penelitian ini dilaksanakan di bulan September-Oktober 2022 di Kota Sorong Papua Barat,. Metode penentuan sampel menggunakan *accidental sampling*, dan menggunakan analisis data deskriptif. Variabel yaitu Kualitas, Lokasi, Harga, dan Informasi produk. Hasil penelitian didapat Pertama Saluran distribusi daging broiler pada supermarket Saga yaitu Dari Peternak ke Pedagang pengecer dan ke konsumen. Supermarker Saga sebagai pedagang pengecer. Perilaku konsumen daging broiler berdasarkan kualitas daging yang pasar Warmon didapat sebanyak 64% dikarenakan konsumen lebih memilih kesegaran daging pasar tradisional. Berdasarkan lokasi konsumen lebih memilih supermarket Saga sebanyak 74% karena fasilitas lengkap dan kenyamanan. Berdasarkan Harga daging broiler, persentase supermarket saga sebanyak 66% karena di tempat ini menjual daging sesuai keinginan kosumen dalam bentuk potongan daging dengan harga yang sesuai. Berdasarkan informasi supermarket Saga sebanyak 78% karena lebih menginformasikan produk pada konsumen lewat sosial media.

Kata kunci: *perilaku konsumen, saluran distribusi, daging broiler, pasar dan supermarket.*

APA Citation Style:

Oroh F N S. Pangemanan S P, Pandiangan G V. 2023. Perilaku Konsumen Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional dan Modern. Jambura Journal of Animal Science 5(2) 58-65.

@2023- Oroh F N S. Pangemanan S P, dan Pandiangan G V. Underlisece CCBY NY YY 4.0

Publisher: Jambura Journal of Animal Science
<https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjas/arcive>

PENDAHULUAN

Konsumsi daging di Indonesia dari tahun ke tahun terjadi peningkatan dengan adanya pertumbuhan penduduk dan tuntutan perbaikan gizi masyarakat (Dewi dan Ari, 2014). Salah satu produk daging yang banyak dikonsumsi masyarakat adalah daging ayam. Faktor-faktor yang menyebabkan daging ayam broiler menjadi pangan favorit dan sangat disukai oleh orang Indonesia memiliki rasa yang enak dan tekstur yang bagus, bervariasi dan mudah dimasak, harganya lebih terjangkau (Pandelaki, et al., 2017). Ayam ras (broiler) merupakan jenis daging yang paling banyak dikonsumsi masyarakat. Menurut Kusumaningrum, et al (2013), daging ayam memiliki kandungan nutrisi tinggi karena mengandung karbohidrat, protein, lemak, mineral dan zat lainnya yang berguna untuk tubuh.

Sejak tahun 2018 konsumsi daging ayam broiler di Provinsi Papua Barat mencapai 5,58 kg per kapita per tahun atau 74,3% dari total konsumsi daging (BPS Papua Barat, 2020), adanya fluktuasi jumlah konsumsi per kapita dari 3,963 kg pada tahun 2014 menjadi 5,579 kg di tahun 2018 dengan kecenderungan peningkatan konsumsi per kapita per tahun. (Badan Pusat Statistik, 2020). Untuk ketersediaan daging ayam broiler di Provinsi Papua Barat dapat dilihat berdasarkan data populasi ayam broiler Badan Pusat Statistik (2019) sebesar 721.089 ekor. Populasi tersebut mengalami peningkatan sebesar 15,4% dari populasi pada tahun sebelumnya, yaitu 624.490 ekor. Harga daging ayam broiler di Papua Barat selama periode 2009 -2019 mengalami fluktuasi dan cenderung meningkat setiap tahunnya. Kondisi ini bisa saja mempengaruhi permintaan konsumen terhadap pembelian daging ayam pedaging di pasar modern maupun

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Pasar Warmon dan Supermarket Saga di Kota Sorong Papua Barat, pelaksanaan

pasar tradisional.

Pasar modern dan pasar tradisional, merupakan salah satu fasilitas aktifitas pemasaran (Pateda dan Zakaria. 2022; Djailani, dkk 2021), dan keduanya berfungsi untuk membantu masyarakat dalam melengkapi kebutuhan, akan tetapi keduanya memiliki perbedaan yang sangat jelas. Perbedaan kedua pasar tersebut dari pasar tradisional dan pasar modern sangat berbeda dilihat dari cara memasarkan dan mempromosikan produknya. Barang-barang yang dijual di pasar modern telah tertata sangat rapi dan semua produk sudah disertai harga, ruangan nyaman dilengkapi dengan lampu yang terang dan pendingin ruangan. Kondisi tersebut bertolak belakang dengan pasar tradisional karena penataan barang yang masih berserakan, berdebu dan harga barang yang masih dapat ditawar dari pembeli, pelayanannya juga tidak seoptimal dan serapi pasar modern. Menurut Asribestari dan Setyono (2013), menjelaskan bahwa pasar tradisional ialah pasar dimana penjual dan pembelinya melakukan interaksi seperti berbincang dan proses tawar menawar secara langsung sehingga terjadi kesepakatan harga antara kedua belah pihak. Keputusan dalam membeli daging broiler berdasarkan pengetahuan dan pengalaman konsumen pada dua pasar yang berbeda sifatnya yaitu pasar tradisional dan pasar modern dapat didasarkan pada faktor seperti kualitas, lokasi, harga dan informasi produk. Pasar Warmon yang merupakan pasar tradisional dan supermarket Saga (Pasar modern) telah lama menyediakan daging broiler untuk konsumen di Kota Sorong Papua Barat. Tujuan Penelitian Untuk mengetahui perilaku konsumen membeli daging ayam broiler di pasar tradisional Warmon dan supermarket Saga Kota Sorong Papua Barat. penelitian ini berlangsung pada bulan September 2022 sampai bulan Oktober 2022.

Jenis yang digunakan dalam

penelitian ini yaitu data kualitatif, dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner kepada konsumen yang berbelanja di pasar tradisional warmon dan pasar modern supermarket saga di kota sorong. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi seperti Jurnal, publikasi BPS (Badan Pusat Statistik) dan lainnya

Metode Penentuan sampel yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *accidental sampling* (teknik sampling kebetulan) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli daging ayam di pasar warmon dan supermarket saga kota Sorong. Jumlah sampel yang dijadikan sebanyak 100 orang yang diperoleh dari masing-masing 50 responden yang membeli daging ayam di pasar warmon dan 50 responden yang membeli daging

ayam di supermarket saga kota Sorong Papua Barat, menurut Sugiyono (2015) jumlah sampel yang dianjurkan adalah sebanyak 50-100 responden.

Metode deskriptif menurut Nazir (2013) merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu set pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sehingga interpretasi yang tepat merupakan inti dari analisis deskriptif untuk pemecahan masalah penelitian. Dalam penelitian ini data kualitatif responden diukur dengan menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2013), menunjukkan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan selera seseorang atau sekelompok orang. Setiap pilihan jawaban diberi skor, Kepercayaan biasanya diukur dengan skala likert dengan 5 angka dari kemungkinan yang disadari yaitu, dimulai dari sangat setuju (5), setuju (4), Netral (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1).

2021). Berdasarkan hasil penelitian karakteristik konsumen daging ayam broiler di Kota Sorong, Puaa digambarkan melalui tabel 1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen yang meliputi variabel umur, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan (utiah, dkk,

Tabel 1. Karakteristik Konsumen Membeli Daging Broiler di Kota Sorong, Puaa

Karakteristik Konsumen	Jenis pasar	
	Pasar Warmon (n=50)	Supermarket Saga (n=50)
Jenis Kelamin	66% (P)	76% (P)
Umur	46% (41-50 thn)	18% (31-41 thun)
Pendidikan	42 (SD)	28 (S1/S2)
Pendapatan	58 (1-3 jt)	52 (3-5 jt)
Pekerjaan	48 (IRT)	54 (PNS)
Frekuensi Pembelian	40 (tidak menetu)	50 (tidak menetu)

Berdasarkan karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin menunjukkan yang membeli daging ayam pada pasar warmon didominasi oleh responden perempuan dengan jumlah 33

orang sebanyak 66 % dan supermarket Saga yang mendominasi adalah responden perempuan dengan jumlah 38 orang sebanyak 76 %. Keadaan tersebut sejalan dengan penelitian (Kusumayana

dan Seftiani, 2017), bahwa karakteristik konsumen sebagian besar adalah konsumen berjenis kelamin perempuan, disebabkan karena yang memiliki peran paling besar pada keputusan belanja bulanan adalah perempuan. Hal ini dikarenakan perempuan lebih mengetahui apa yang diperlukan oleh keluarga dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan bahwa umur konsumen menunjukkan yang paling banyak membeli daging ayam di Pasar Warmon adalah 41-50 tahun berjumlah 23 orang sebanyak (46%) dan 31 - 40 tahun yang berjumlah 18 orang sebanyak (36%) pada supermarket. BPS Sulut (2020) usia produktif yaitu 15 sampai 64 tahun, termaksud dewasa dimana pada umur dewasa ini sudah dapat cenderung berpikir rasional dalam mengambil keputusan pembelian daging ayam. Hasil penelitian ini hampir sama dengan Penelitian (Gusti *et al.*, 2015) yang menyatakan bahwa, umur merupakan salah satu faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian daging.

Berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa 21 orang sebanyak (42%) berpendidikan tingkat SMA pada pasar warmon, sedangkan pada supermarket Saga terdapat 14 orang sebanyak (28%) tingkat sarjana dan pascasarjana. Hal ini disebabkan karena kebanyakan responden membeli daging ayam pada pasar warmon adalah tamatan SMA dan berprofesi ibu rumah tangga yang memiliki pandangan bahwa pasar tradisional lebih murah dan bisa di tawar, sedangkan pada supermarket saga responden yang mendominasi lulusan sarjana S1/S2 lebih mengutamakan kenyamanan, pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh supermarket. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi juga pengetahuan akan manfaat kesehatan, tidak hanya melihat makanan dari tampilan yang bagus dan rasa yang enak saja namun lebih mempertimbangkan nutrisi/kandungan

gizi dan dilihat juga dari kebersihan bukan hanya kebersihan tempat yang dilihat tapi juga kebersihan produk daging ayam tersebut. Hasil ini ditunjang oleh penelitian (Osak *et al.*, 2014) semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin tinggi pula kebutuhan yang ingin dipenuhinya.

Berdasarkan Tingkat pendapatan konsumen menunjukkan yang paling tinggi di pasar Warmon adalah dengan pendapatan Rp. 1.000.000 s/d Rp. 3.000.000/bulan (58%) dan Rp. 3.000.000 s/d Rp. 5.000.000/bulan (52%) di supermarket Saga. Disebabkan karena responden dengan ekonomi tidak terlalu tinggi akan memilih berbelanja di pasar tradisional sedangkan responden dengan ekonomi tinggi tidak terlalu mempermasalahkan harga, karena menurut pandangan harga yang di tawarkan di supermarket tidak terlalu berbeda kalau dilihat dari fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan lebih nyaman di bandingkan pasar Warmon. Hasil di pasar Warmon berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utiah (2021) yang mengatakan pendapatan konsumen di pasar bersehati berkisar Rp.< 1.000.000 sebanyak 30 orang (60%). Sedangkan pada supermarket Saga hampir sama dengan penelitian Utiah (2021) yang mengatakan pendapatan konsumen di Jumbo Swalayan berkisar Rp.3.000- Rp.4.999.999 berjumlah 21 orang sebanyak (42%).

Berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa responden pada pasar Warmon yang paling banyak membeli daging ayam adalah IRT/Tidak Bekerja/Pensiunan dengan jumlah responden 24 orang dengan presentase (48%) dan pada supermarket Saga yang mendominasi paling banyak membeli daging ayam adalah PNS/Karyawan tetap dengan jumlah responden sebanyak 27 orang dengan presentase (54%). Hasil di pasar Warmon hampir sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzi (2021) di pasar tradisional Celancang

Cirebon, mengatakan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 30 orang (60%).

Berdasarkan frekuensi pembeli dapat dilihat bahwa konsumen yang membeli daging ayam paling banyak di pasar Warmon sebanyak 20 orang dengan presentase (40%) dan supermarket Saga sebanyak 25 orang dengan presentase (50%), kebanyakan mereka membeli tidak tentu atau tidak memiliki jadwal khusus ketika mereka ingin membeli maka mereka akan membeli, walau mereka gemar mengkonsumsi daging ayam, terkadang mereka juga menggantikan produk daging ayam dengan produk lainnya seperti daging ikan karena daging

ikan harganya lebih murah dan mereka akan membeli daging ayam saat mempunyai acara keluarga, ibadah/rukun dan sebagainya. Hasil ini berbeda dengan penelitian Ismanto (2018) di kota Samarinda yang mengemukakan frekuensi pembelian oleh konsumen paling tinggi yaitu 1 minggu sekali (sebanyak 92% responden).

Perilaku Konsumen Membeli Daging Broiler

Perilaku konsumen dalam membeli daging merupakan proses yang dilakukan oleh seseorang dalam mencari, menggunakan, dan mengevaluasi, sebelum membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya

Tabel 2. Perilaku Konsumen Membeli Daging Broiler di Kota Sorong, Puaa

Perilaku Konsumen	Jenis pasar	
	Pasar Warmon (n=50)	Supermarket Saga (n=50)
Daging berkualitas	64%	56%
Lokasi Strategis	58%	74%
Harga	52%	66%
Informasi Produk	52%	78%

Berdasarkan kualitas produk menunjukkan bahwa pada pasar Warmon yang mendominasi memilih setuju sebanyak 32 orang dengan presentase 64%. Hal ini disebabkan karena kualitas dari daging ayam pada pasar Warmon cukup baik, dikarenakan kualitas ayam segar setelah dipotong dan dijual pada hari itu. Kriteria penilaian variabel kualitas pada supermarket Saga yang dominan memilih setuju sebanyak 28 orang dengan presentase 56%. Hal ini disebabkan karena kualitas daging ayam pada supermarket Saga tergolong bermutu dan higienis karena melalui tahap-tahap seleksi yang baik, pengawetan juga terjaga dari tempat pengambilan daging sampai ke tempat tujuan supermarket Saga. Hal ini sama seperti penelitian Achmad (2018) di pasar tradisional terong di kota Makassar yang mengatakan konsumen melakukan

pembelian daging ayam broiler dengan kualitas baik seperti berwarna putih kekuningan, bersih dari bercak biru, selain itu daging ayam broiler yang dijual di pasar terong tradisional juga aman dari zat berbahaya seperti formalin hal ini ditandai dengan tidak adanya bau obat pada daging ayam.

Berdasarkan lokasi bahwa responden pasar Warmon yang memilih setuju dengan jumlah 29 dengan presentase (58%) dengan alasan lokasi sangat strategis dalam pembelian daging ayam terletak dipinggir jalan raya dan bisa diakses semua jenis kendaraan, fasilitas seperti parkir banyak disetiap sisi pasar ada. Di supermarket Saga 37 orang dengan presentase (74%) memilih setuju dikarenakan alasan responden, fasilitas mendukung seperti (tempat parkir, troli, AC, dll), kenyamanan berbelanja, serta letak

produk daging ayam juga sangat mudah dijangkau karena berada pada lantai 1 maka responden yang berbelanja di supermarket dapat membeli daging ayam dengan nyaman dan tidak berdesak-desakan. Hasil penelitian ini hampir sama dengan penelitian Ismanto (2018) di kota Samarinda dengan alasan utama responden membeli daging ayam di pasar adalah karena lokasi yang lebih dekat dan strategis (40%) disusul banyak pilihan (32%) dan karena bisa membeli keperluan lain (20%)

Berdasarkan harga responden pada pasar Warmon berjumlah 26 orang dengan presentase (52%) memilih setuju pada harga yang terjangkau dan sesuai kemampuan maka responden yang membeli ayam pada pasar tradisional termasuk pasar Warmon sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, daging yang segar dan besar akan lebih menarik perhatian konsumen di pasar Warmon sehingga konsumen tertarik untuk membeli daging tersebut dengan harga yang menurut konsumen wajar dan terjangkau. Sedangkan di supermarket Saga berjumlah 33 orang dengan presentase (66%) memilih setuju pada harga dengan alasan dapat membeli daging ayam dengan potongan-potongan bagian ayam secara terpisah sesuai selera

KESIMPULAN

Perilaku konsumen daging broiler berdasarkan kualitas daging yang di pasar Warmon didapat sebanyak 64% dikarenakan konsumen lebih memilih kesegaran daging di pasar tradisional. Berdasarkan lokasi konsumen lebih memilih supermarket Saga sebanyak 74% karena fasilitas lengkap dan kenyamanan.

DAFTAR PUSTAKA

Asribestari, R., dan J. S. Setyono. 2013. Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar Karangayu dan Giant Superdome). Teknik PWK

konsumen, dan melihat kebersihan daging ayam dan kemasan daging ayam tersebut. Konsumen pada supermarket saga juga beranggapan bahwa apabila harga lebih tinggi maka cenderung kualitasnya jauh lebih baik. Hasil penelitian ini hampir sama dengan hasil dari Simarmata (2019) yang mayoritas responden yang membeli daging ayam di pasar Pinangsungkulan Manado karena harga terjangkau sebanyak 38 % dan segar sebanyak 24% (Ismanto, *et al.* 2018).

Berdasarkan informasi produk responden pada pasar warmon berjumlah 26 orang dengan presentase (52%) memilih setuju dikarenakan responden setuju mendapatkan informasi berupa daging ayam dari keluarga, mulut ke mulut, lewat tetangga, saudara, teman kerja dan juga dari pedagang sendiri, dan tentang kualitas daging ayam pada pasar warmon berkualitas bagus karna dipotong, dalam jangka waktu tidak lama, sedangkan pada supermarket saga responden memilih setuju 39 orang dengan presentase (78%) dengan alasan mendapatkan informasi dari, sosial media berupa iklan di Intagram dan Facebook. Hasil ini ditunjang dengan penelitian (Priyambodo, *et al.*, 2020) yang mengatakan manfaat media sosial dalam hal ini dapat membantu produsen daging ayam.

Berdasarkan Harga daging broiler, persentase supermarket saga sebanyak 66% karena di tempat ini menjual dalam daging sesuai keinginan kosumen dalam bentuk potongan daging dengan harga yang sesuai. Berdasarkan informasi supermarket Saga sebanyak 78% karena lebih menginformasikan produk pada konsumen lewat media sosial.

(Perencanaan Wilayah Kota), 2 (3), 539-548.

Achmad, D. C., A, Asnawi. dan V, Tenrisanna. 2018. Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional.

- Jurnal Kebijakan Pembangunan Peternakan Vol, 1 (1), 42-47.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Direktori Perusahaan Pertanian Peternakan. Badan Pusat Statistik. Jakarta
- Badan Pusat Statistik Provinsi Papua Barat. 2020. Provinsi Papua Barat dalam Angka 2020. Manokwari (Indonesia): Badan Pusat Statistik Provinsi Papua Barat.
- Dewi W dan D. Ari, 2014. Variasi Resep Praktis untuk Menu Sehari Hari Masakan Ayam. F Media.
- Djailani, L., Mukhtar, M., Pateda, S. Y., & Imran, S. (2021). Jalur Distribusi Pemasaran Sapi Potong Di Masa Pandemi Covid-19. *Jambura Journal of Animal Science*, 4(1), 34-40.
- Fauzi, N. A., dan W, Wijaya. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Broiler Di Pasar Celancang. *Agrijati Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 34(1), 69-72.
- Gusti, I. N. Y. P., M. Sudarma dan A. A. Wulandira. 2015. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Membeli Daging Ayam Broiler di Kabupaten Bangli. E. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. 4 (1):47-55.
- Ismanto, A., T, Julianda. dan Mursidah. 2018. Analisis Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Karkas Ayam Pedaging Segar di Pasar Tradisional Kota Samarinda, *Jurnal Ilmu Peternakan dan Veteriner Tropis*, 8(2), 71-82.
- Jaelani, A., S, Dharmawati., dan Wanda. 2014. Berbagai Lama Penyimpanan Daging Ayam Broiler Segar Dalam Kemasan Plastik pada Lemari Es (suhu 4°C) Dan Pengaruhnya Terhadap Sifat Fisik Dan Organoleptik. *J Ziraa'ah*. 39:119-128.
- Kusumaningrum A. P, Widiyaningrum I, Mubarok. 2013. Penurunan Total Bakteri Daging Ayam dengan Perlakuan Perendaman Infusa Daun Salam (*Syzygium polyanthum*). *J MIPA*. 36:14-19.
- Kusumayana, P., dan S, Seftiani. 2017. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Daging Ayam Ras Pedaging di Pasar Tradisional Amuntai. *Rawa Sains: Jurnal Sains STIPER Amuntai*, 7(2), 78;85.
- Lumenta, I. D., Osak, R. E. M. F., Rambulangi, V., & Pangemanan, S. P. (2022). Analisis Pendapatan Usaha Peternakan Ayam Petelur "GOLDEN PANIKI PS". *Jambura Journal of Animal Science*, 4(2), 117-125.
- Nazir, M. 2013. Metode Penelitian. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Osak, R. A. F., V.V.J., Paneleween, J, Pandey., dan I. D. R, Lumenta. 2014. Pengaruh Pendapatan Rumah Tangga Terhadap Konsumsi Daging (Sapi, Babi Dan Ayam) di Desa Sea I Kecamatan Pineleng. *Jurnal Zootek*, 34(2), 10-17.
- Pandelaki, K., S. J. K. Umboh., dan E, Wantasen., J. C. Loing,. 2017. *An Analysis on The Demand of Broiler's in The City of Manado, North Sulawesi Province- Indonesian*. *J Agric Vet Sci*. 10 : 14-19.
- Pateda, S. Y., & Zakari, F. (2022). Pemasaran Terpadu Telur Ayam Ras Di Pt Harim Farmsco. *Media Peternakan*, 24(2).
- Prihantini, C. I. 2015. Efisiensi Saluran Pemasaran Garam Rakyat Di Desa Padelengan Kecamatan Pademawu

- Kabupaten Pamekasan Madura Jawa Timur. Skripsi. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Putri Anna Nadia. 2017. Preferensi Konsumen terhadap Daging Sapi di Pasar Tradisional Kota Padang. Skripsi. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas.
- Putro, S. W. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Setyo, P. E. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Auto Autoworks. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755-764.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Tatipikilawan, J. M. 2012. Analisis Produktivitas Tenaga Kerja Keluarga Pada Usaha Peternakan Kerbau di Pulau Moa Kabupaten Maluku Barat Daya. *Jurnal Agroforestri*, 7(1), 9-10.
- Utiah, M. P., Kalangi, J. K. J., & Oroh, F. N. S. (2021). Analisis perbedaan perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam ras pada pasar Tradisional dan Modern di kota Manado. *ZOOTEC*, 41(2), 479-488.