

## Sistem Pemasaran dan Pendapatan Peternak Ayam Broiler

Miftahor Rahman<sup>1</sup>, Moh. Zali<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Madura  
Jl. Panglegur Km. 3,5 Pamekasan  
email : [anjalmimiep@gmail.com](mailto:anjalmimiep@gmail.com)

Submitted: Juli 2024

Accepted: September 2024

### Abstrak

Ayam broiler memiliki keunggulan dalam hal produksi daging, dimana dapat dipotong pada umur 6 sampai 8 minggu dengan berat badan antara 1,4 kg sampai 2,0 kg atau setelah mencapai berat rata-rata 1,7 kg. Keuntungan yang diperoleh peternak ayam Broiler (pedaging) merupakan hasil dari penjualan ternak dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama masa produksi. pemilihan saluran pemasaran atau distribusi akan menentukan harga yang diterima konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan juga dengan R/C ratio. Hasil penelitian menunjukkan Pendapatan usaha peternak ayam broiler di Desa Kaduara Barat adalah sebesar Rp. 9.860.070 yang di peroleh dari TR-TC. Setelah menggunakan rumus R/C rata-rata pendapatan peternak ayam broiler di Desa Kaduara sebesar 1,24 artinya melebihi dari angka 1 yang merupakan titik impas dalam sebuah usaha, maka dari pada itu peternakan ayam broiler di Desa Kaduara Barat tersebut efisien dan layak untuk diteruskan. Sedangkan saluran pemasaran terdapat dua Saluran Pemasaran Pertama yaitu dari Peternak sampai Distributor sampai Konsumen dan Saluran Pemasaran yang Kedua yaitu dari Peternak sampai Tengkulak sampai Konsumen. Selisih harga pada saluran pertama sebesar Rp. 8.000 dan untuk selisih saluran kedua sebesar Rp. 9.000.

*Kata Kunci : Pemasaran, Pendapatan, Peternak Ayam Broiler, dan Desa Kaduara Barat*

### Abstract

Broiler chickens have an advantage in terms of meat production, where can be clipped at the age of 6 to 8 weeks with a body weight between 1.4 kg to 2.0 kg or after reaching an average weight of 1.7 kg. The profit earned by broiler (broiler) breeders is the result of the sale of livestock minus the costs incurred during the production period. selection of marketing or distribution channels will determine the price received by consumers. The research method used is. Qualitative research methods and also with the R/C ratio. The results showed that the business income of broiler breeders in West Kaduara Village was Rp. 9.860.070 obtained from TR-TC. After using the R/C formula, the average income of broiler breeders in Kaduara Village is 1,24 which means that it exceeds the number 1 which is the breakeven point in a business. Therefore, broiler farms in Kaduara Barat Village are efficient and feasible for continued. Meanwhile, there are two marketing channels. The first is from breeders until distributors until consumers and the second marketing channel is from breeders until middlemen until consumers. The price difference on the first channel is Rp. 8,000 and the difference for the second channel is Rp. 9,000.

*Keywords: Marketing, Income, Broiler Farmers, and West Kaduara Village*

### Pendahuluan

Menurut Rasyaf (2012), ayam broiler yaitu ayam jantan atau betina yang umumnya berfungsi sebagai penghasil daging Ayam broiler memiliki keunggulan dalam hal produksi daging, dimana dapat dipotong pada umur 6 sampai 8 minggu dengan berat badan antara 1,4kg sampai 2,0 kg atau setelah mencapai berat rata-rata 1,7 kg (Rasyaf, 1994). Karakteristik ayam tipe broiler bersifat tenang, bentuk tubuh besar, pertumbuhan ayam cepat, bulu rapat ke tubuh ternak, kulit ayam putih, dan produksi telur rendah (Suprijatna, 2005). Broiler adalah jenis ternak unggas yang memiliki laju pertumbuhan yang sangat cepat,

karena dapat dipanen pada umur 5 minggu. Keunggulan broiler didukung oleh sifat genetik dan keadaan lingkungan yang meliputi makanan, temperature lingkungan, dan pemeliharaan (Uman, Prayogi, & Nurgiantiningsih, 2020).

Peluang bisnis ayam broiler organik semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat. Sebagaimana diketahui, kecenderungan pangan organik dalam negeri secara umum direspon positif, mulai dari beras organik, sayuran organik, hingga broiler organik (Jayanata & Harianto, 2011). Produksi ayam ras pedaging yang cukup besar

menggambarkan ketersediaan pasar dan pertumbuhan tingkat konsumsi terhadap komoditas tersebut (Prasetyo, 2008).

Aktivitas usaha yang menarik di subsektor peternakan merupakan usaha peternakan ayam ras pedaging. Perihal ini dilandasi sebagian alibi, ialah: periode siklus produksinya yang relatif pendek membuat perputaran modal relatif kilat, menjadikannya sesuai buat usaha peternakan rakyat, usaha ayam broiler (ras pedaging) memiliki ikatan yang luas baik kaitan ke balik (*backward linkage*) serta kaitan ke depan (*forward linkage*), kemampuannya dalam meresap tenaga kerja secara ekstensif, serta selaku salah satu komoditas yang memiliki kemampuan ekspor (Saptana, 2014). Keunggulan protein hewani membuat industri atau usaha peternakan memiliki potensi yang besar untuk berkembang, dikarekankan konsumsi daging masyarakat Indonesia yang masih rendah dan masih dapat ditingkatkan (Ratnasari, 2015).

Pendapatan adalah laba usaha tani dalam usaha satu tahun yang merupakan untuk pemilik, upah, manajemen dan kapital milik sendiri yang dipakai untuk usaha. (Rombe, 2011) menyatakan bahwa keuntungan yang diperoleh peternak ayam Broiler (pedaging) merupakan hasil dari penjualan ternak dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama masa produksi. Budidaya peternakan broiler di Indonesia tidak lepas dari permasalahan yaitu aspek pasar dan penyediaan sarana produksi yang tidak seimbang dengan harga jual produksi, sehingga membuat peternak takut mengambil resiko untuk mengembangkan usaha peternakan ayam broiler dengan skala produksi lebih besar. Pemasaran merupakan suatu bagian yang tidak dapat disahkan dari seluruh kegiatan usaha, begitu pula halnya dengan usaha peternakan ayam broiler. Pemasaran merupakan salah satu subsistem agribisnis, kegiatan ini dapat membantu peternak dalam memasarkan hasil ternaknya agar sampai kepada konsumen (Erlina, 2020). Menurut Gitosudarmo (2008) pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkan itu dapat diterima dan disenangi pasar. Salah satu faktor pendukung berhasilnya suatu usaha peternakan ayam broiler tersebut adalah pemasaran yang dilaksanakan dengan baik (Amalia, 2013).

Penelitian ini dilakukan di Desa Kaduara Barat Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan. Desa tersebut berjarak 19 km dari pusat kota Pamekasan. Di desa tersebut banyak peternak mandiri. Peternak mandiri yang mencari pemasaran/konsumen

sendiri di pasaran, hal ini memberikan pengaruh kepada keuntungan yang diperoleh peternak, pemilihan saluran pemasaran atau distribusi akan menentukan harga yang diterima konsumen. Semakin banyak lembaga yang terlibat maka semakin panjang saluran pemasaran yang dilalui sehingga menyebabkan semakin tinggi harga yang diterima konsumen.

### Materi Dan Metode

Penelitian ini dilakukan di Desa Kaduara Barat Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan.

Desa Kaduara Barat merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan. adapun batas-batas wilayah Desa Kaduara Barat sebagai berikut :

Sebelah Utara : Desa Kertagenah Laok

Sebelah Timur : Desa Kaduara Timur

Sebelah Barat : Desa Montok

Sebelah Selatan : Selat Madura

Metode pengumpulan data menunjukkan cara-cara yang dapat ditempuh untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi. Yaitu observasi nonpartisipan, dimana peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus sebagai pengumpul data. Prosedur yang di pakai dalam pengumpulan data yaitu Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

Dalam penelitian ini menggunakan Moving Average dan Loical Test. Data kuesioner akan diskoring berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh responden. Penilaian tersebut akan disusun berdasarkan skor :

STS : 1, TS : 2, S : 3, SS : 4

Kelayakan usaha peternakan ayam potong ditentukan dengan R/C ratio, atau dengan membandingkan penerimaan dengan biaya. Nilai R/C ratio dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{R/C Rata-Rata ( TR / TC )}$$

Keterangan :

TR = Total Penerimaan Usaha

TC = Total Biaya Usaha

### Hasil Dan Pembahasan

#### Jumlah Peternak Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan peternakan, karena peternak akan lebih respon terhadap teknologi baru bagi yang berpendidikan

dibandingkan yang kurang pendidikannya untuk lebih jelasnya tingkat pendidikan di Desa Kaduara Barat.

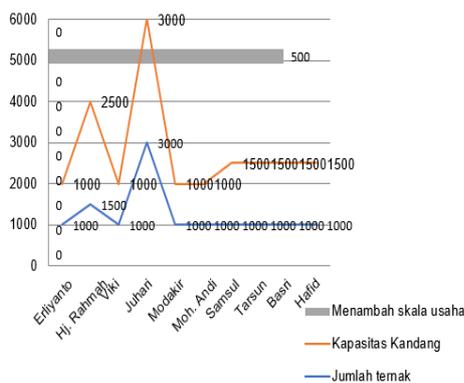
No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)
1	SMP	2
2	SMA	8
<b>Total</b>		<b>10</b>

peternak ayam broiler yang pernah bersekolah SMA sebanyak 8 orang (80 %), dan SMP sebanyak 2 orang (20 %) dari total 10 orang peternak ayam broiler. Dari informasi diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan di Desa Kaduara Barat tergolong tinggi..

### Skala Usaha Peternakan Ayam Broiler

Pada dasarnya usaha peternakan ayam Broiler diusahakan untuk menghasilkan pendapatan yang maksimal yang pada akhirnya meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan pada khususnya masyarakat Desa Kaduara Barat. Skala usaha dalam usaha peternakan menjadi penting diperhatikan karena berhubungan dengan jumlah produk serta pendapatan yang akan diperoleh. Skala usaha peternakan ayam broiler akan dijelaskan pada Gambar 1.

Grafik Skala Usaha Peternakan Ayam Broiler



Gambar 1 menunjukkan grafik skala usaha peternakan ayam broiler yang ada di Desa Kaduara Barat, ada 10 orang peternak yang masing-masing mempunyai skala usaha yang berbeda-beda. Sebagian besar peternak ayam broiler memiliki 1000 sampai dengan 1500 ekor ayam broiler, dan juga mempunyai kapasitas kandang yang mencukupi serta memadai untuk beternak ayam broiler.

### Analisis Pendapatan

Pendapatan Peternak ayam broiler adalah selisih antara penerimaan tunai usahatani dan pengeluaran dimana digunakan

untuk mengukur kemampuan peternak untuk menghasilkan uang tunai. Pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dan pengeluaran total dan digunakan untuk mengukur imbalan yang diperoleh keluarga peternak dari penggunaan aktor-faktor produksi kerja, pengelolaan, dan modal milik sendiri atau modal pinjaman yang diinvestasikan kedalam usaha ayam broiler (Ilahi, 2019). Besarnya pendapatan peternak dihitung menggunakan analisis biaya dan penerimaan. Analisis pendapatan diperoleh dari perhitungan selisih antara penerimaan dengan biaya produksi.

No	Uraian	Rata-rata
1	Total Biaya (TC)	Rp. 40700000
2	Penerimaan (TR)	Rp. 50560070
3	R/C Rata-Rata (TR / TC)	1,24

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa R/C rata-rata pendapatan peternak ayam broiler di Desa Kaduara sebesar 1,24 artinya melebihi dari angka 1 yang merupakan titik impas dalam sebuah usaha, maka dari pada itu peternakan ayam broiler di Desa Kaduara Barat tersebut efisien dan layak untuk diteruskan.

### Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran ayam broiler dapat ditelusuri dari titik peternak sampai ke konsumen akhir. Panjang pendeknya saluran pemasaran suatu barang, ditandai dengan banyaknya lembaga pemasaran yang dilalui oleh barang tersebut mulai dari produsen hingga konsumen akhir. Saluran pemasaran yang paling efisien dapat dilihat dari panjang pendeknya kegiatan pemasaran barang, jika semakin panjang rantai pemasarannya maka semakin tidak efisien (Wulandari, 2018).

Untuk bentuk Saluran Pemasaran Usaha Ternak Ayam broiler di Desa Kaduara Barat terdapat dua saluran pemasaran yang digunakan yaitu :

1. Peternak sampai Distributor sampai Konsumen  
Rp. 28.000      Rp. 36.000  
Selisih harga (Rp. 8000)
2. Peternak samapi Tengkulak sampai Konsumen  
Rp. 27.000      Rp. 36.000  
Selisih harga (Rp.9000)

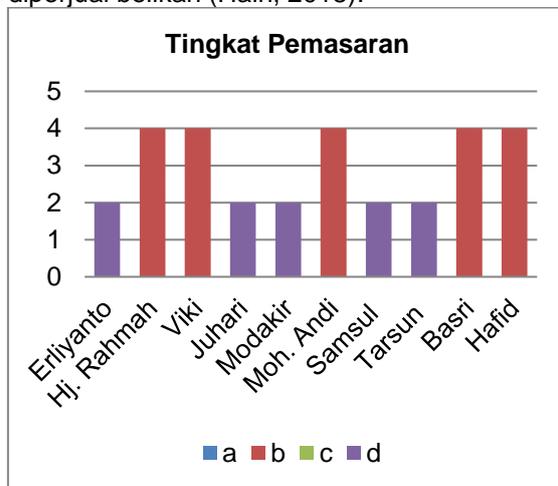
Saluran pemasaran tingkat pertama dapat diliat bahwa harga dari distributor sebesar Rp. 28.000 kemudian disalurkan

kepada konsumen dengan harga Rp. 36.000 maka selisih harga yang didapatkan sebesar Rp. 8.000 dan untuk saluran kedua dapat dilihat dari tengkulak sebesar Rp. 27.000 kemudian disalurkan kepada konsumen dengan harga Rp. 36.000 maka selisih harga yang didapatkan adalah Rp. 9.000.

### Tingkat Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu bagian yang tidak dapat disahkan dari seluruh kegiatan usaha, begitu pula halnya dengan usaha peternakan ayam broiler. Pemasaran merupakan salah satu subsistem agribisnis, kegiatan ini dapat membantu peternak dalam memasarkan hasil ternaknya agar sampai kepada konsumen.

Produksi ayam broiler yang meningkat disertai pertambahan jumlah penduduk akan menciptakan peluang usaha di bidang pemasaran, dimana sistem distribusi ayam broiler melibatkan beberapa lembaga pemasaran seperti pedagang besar, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer (Mandak, 2017). Pemasaran ayam broiler melibatkan berbagai lembaga. Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga akan memberikan nilai tambah bagi komoditas yang diperjual belikan (Hairi, 2018).



Keterangan :

- a. Produsen – Konsumen
- b. Produsen – Distributor – Konsumen
- c. Produsen – Distributor – Tengkulak – Konsumen
- d. Produsen – Tengkulak – Konsumen

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa peternak ayam broiler yang menjual ternaknya kepada distributor lalu dijual lagi kepada konsumen sebanyak 5 orang peternak, sedangkan yang menjual kepada tengkulak lalu dijual kembali kepada konsumen sebanyak 5 orang peternak ayam broiler.

### Lama Produksi

Ayam broiler merupakan ayam pedaging yang memiliki nilai ekonomis dengan waktu pemeliharaan antara 5 sampai 6 minggu. Produksi yang optimal diperlukan faktor-faktor produksi yang mendukung dan mempengaruhi produksi ayam broiler untuk mengatasi permasalahan permintaan daging ayam yang terus meningkat serta penurunan presentase pertumbuhan produksi (Prastyo, 2017).

Nama Peternak	Lama Produksi (hari)
Erliyanto	35
Hj. Rahmah	40
Viki	35
Juhari	35
Modakir	37
Moh. Andi	35
Samsul	35
Tarsun	35
Basri	35
Hafid	32
<b>Rata-rata</b>	<b>35.4</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata lama produksi peternakan ayam broiler yang ada di Desa Kaduara Barat adalah 35,4 Hari atau 5 minggu sejak pertama kali bibit ayam dimasukkan kedalam kandang sampai dengan panen dan dipasarkan.

Pemasaran sangat mempengaruhi pendapatan para peternak ayam broiler yang ada di Desa Kaduara Barat, dikarenakan adanya perbedaan selisih harga antara saluran pertama dan kedua. Sehingga nantinya akan mempengaruhi terhadap pendapatan para peternak ayam broiler yang ada di Desa Kaduara Barat.

### Kesimpulan

Saluran Pemasaran ayam broiler di Desa Kaduara Barat yang saya dapatkan pada Penelitian terdapat dua Saluran Pemasaran Pertama yaitu dari Peternak sampai Distributor sampai Konsumen dan Saluran Pemasaran yang Kedua yaitu dari Peternak sampai Tengkulak sampai Konsumen. Selisih harga pada saluran pertama sebesar Rp. 8.000 dan untuk selisih saluran kedua sebesar Rp. 9.000. Hasil analisis Pendapatan usaha peternak ayam broiler di Desa Kaduara Barat adalah sebesar Rp. 9.860.070 yang di peroleh dari TR-TC yakni (TR) Rp. 50.560.070 dikurangi (TC) Rp. 40.700.000. Dengan menggunakan rumus R/C rata-rata pendapatan peternak ayam broiler di Desa Kaduara sebesar 1,24 artinya

melebihi dari angka 1 yang merupakan titik impas dalam sebuah usaha, maka dari pada itu peternakan ayam broiler di Desa Kaduara Barat tersebut efisien dan layak untuk diteruskan.

#### Daftar Pustaka

- Amalia, J. A. (2013). Analisis Pemasaran Usaha Ayam Broiler Skala Kecil Dan Besar Pada Pola Kemitraan Pt Sinar Sarana Sentosa Malang. *Jurnal Peternakan*.
- Anaroga. (2001). Manajemen Bisnis. *Rineka Cipta*, Malang.
- Andari, S. (2014). Analisis Skala Ekonomi Dan Efisiensi Pada Usaha Perkebunan Kakao Di Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung. *E-Jurnal EP Unud*, 3 [9] : 403-412.
- Anindita. (2018). Pemasaran Hasil Pertanian. *Papyrus*, Surabaya.
- Ardillah. (2020). Saluran Margin, dan Efisiensi Pemasaran Bebek Pedaging di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 1, 12–25.
- Aulia, L. N. (2019). Pengaruh Pola Usaha Peternakan Ayam Broiler Terhadap Risiko Harga Dan Perolehan Pendapatan Bersih. *Jurnal Agribisnis*, 1-9.
- Dityas, D. D. (2019). Analisis Pendapatan Peternakan Ayam Broiler dengan Sistem Mandiri dan Sistem Kemitraan di Desa Dolok Sagala Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai. *Skripsi*, Medan.
- Erlina, S. (2020). Pemasaran Ayam Broiler Pola Kemitraan Di Kecamatan Anjir Pasar Kabupaten Barito Kuala. *Jurnal Agribisnis*, 1-9.
- Gitosudarmo. (2008). Manajemen Pemasaran. *Edisi Pertama*, BPFE. Yogyakarta.
- Gitosudarmo. (2008). Manajemen Pemasaran. *BPFE*, Yogyakarta.
- Hairi, A. I. (2018). Pemasaran Ayam Broiler (*Gallus Gallus Domesticus*) Pola Kemitraan Di Kecamatan Anjir Pasar Kabupaten Barito Kuala. *Jurnal Peternakan*, 15-24.
- Hartono. (1997). Beternak Ayam Pedaging Super. *Pekalongan*, Gunung Mas.
- Haryanto, D. (2005). Usaha Pemasaran Ayam Broiler Di Ud. Bambang Banyudono Boyolali. *Skripsi*.
- Huberman. (2009). Analisis Data Kualitatif. *UI Press*, Jakarta.
- Ilahi, A. (2019). Analisis Pendapatan Peternakan Ayam Broiler Pola Kemitraan Di Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor. *Jurnal Agribisains*, hal 17-27, Vol 5.
- Jayanata, & Harianto. (2011). 28 Hari Panen Ayam Broiler. *Agromedia*.
- Karmianiasih. (2014). Hubungan pengetahuan sikap dan tindakan pekerja ternak unggas dengan keadaan sanitasi kandang dalam upaya pencegahan penyakit flu burung. *Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 4(1), 50-56.
- Komaruddin. (2013). Analisis Pendapatan Peternak Kemitraan Ayam Broiler di Kabupaten Sukabumi. *Skripsi*, Malang.
- Mandak, Y. (2017). Analisis Margin Pemasaran Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kota Manado. *Jurnal Zootek*, Vol. 37 No. 1 : 70- 79.
- Moleong. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Remaja Rosda Karya*, Bandung.
- Novi, I. H. (2017). Analisis Pendapatan Usaha Peternakan Ayam Ras Pedaging Pola Kemitraan dan Non Kemitraan Di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Agribisnis*, 26-44.
- Oktawantari. (2017). Pengaruh Frekuensi Dan Periode Pemberian Pakan Terhadap Potongan Komersial Karkas Ayam Buras Super. *Majalah Ilmiah Peternakan*, 118-122.
- Prasetyo. (2008). Pengaruh Harga Komoditas Pengaruh Harga Komoditas Permintaan Daging Ayam Ras Di Kabupaten Bogor. *Skripsi*, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor .
- Prastyo, D., & Kartika, I. N. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Produksi Ayam Broiler Di Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan. *Jurnal Piramida*, Vol. XIII No. 2 : 77 - 86 .
- Rahayu. (2012). Panduan Lengkap Ayam. *Penebar Swadaya*, Jakarta.
- Rasyaf. (2012). Peternak Ayam Pedaging. *Penebar Swadaya*.
- Rasyaf, M. (1994). Pengelolaan Peternakan Unggas Pedaging. *Kanisius Yogyakarta*.
- Rasyah, M. (2002). Beternak Ayam Pedaging. *Penerbit Kanisius*, Yogyakarta.
- Ratnasari. (2015). Analisis Pendapatan Peternak Ayam Broiler Pada Sistem Kemitraan Di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. *Animal Agriculture Journal*, 4(1): 47-53.
- Ratnasari. (2015). Analisis Pendapatan Peternak Ayam Broiler Pada Sistem Kemitraan Di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. *Animal Agriculture*, 4(1): 47-53.
- Rombe. (2011). Analisis pendapatan peternakan sapi potong di kecamatan teneta rilau kabuoaten barru (revenue

- analysis cattle ranch in sub tanete rilau baru). *Jurnal agribisnis*, 10 (3) : 25-32.
- Saptana. (2014). Dampak Krisis Moneter dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Profitabilitas dan Daya Saing Komoditas Ayam Ras di Bawa Barat. *Tesis*, Institut Pertanian Bogor.
- Saragih. (2010). Agribisnis Berbasis Peternakan. *Kumpulan Pemikiran*, Bandung.
- Simanjuntak, C. (2018). Analisis Usaha Ternak Ayam Broiler Di Peternakan Ayam Selama Satu Kali Masa Produksi. *Jurnal Fapertanak*, 60-81.
- Soekartawi. (2007). Ilmu Usaha Tani dan Usaha Kecil. *UI Press*, Jakarta.
- Statistik, B. P. (2019). Populasi Unggas Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Unggas di Provinsi Jawa Timur.
- Suprijatna. (2005). Ilmu Dasar Ternak Unggas. *Penebar Swadaya*, Jakarta.
- Triana. (2007). Analisis pendapatan usaha peternakan ayam ras petelur periode layer di Kecamatan Cenrana Kabupaten Maros. *Jurnal Agrisistem*, 3(1): 11-15.
- Uman, K., Prayogi, H. S., & Nurgiantiningsih, A. (2020). Penampilan Produksi Ayam Pedaging Yang Dipelihara Pada Sistem Lantai Kandang Panggung Dan Kandang Bertingkat. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*, 24 (3): 79 - 87.
- Wijayanti, R. (2019). Effect Of House Temperature On Performance Of Broiler In Starter Period. *Jurnal Peternakan*, 1-5.
- Wulandari. (2018). Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler. *Jurnal Sylva Lestari*, 6(2), 68.
- Yuwanta. (2013). Dasar Ternak Unggas. *Kanisius*, Yogyakarta.