



Journal of Human And Education

Volume 5, No. 2, Tahun 2025, pp 644-649

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Edukasi Kualitas Unggul Daging Ayam Upaya Meningkatkan Penjualan

**Sofiaty^{1*}, Sri Hartati Candra Dewi², Yenni Kurnia Gusti^{3*}, Ary Sutrischastini⁴,
Linawati⁵, Nur Widiastuti⁶**

STIE Widya Wiwaha Yogyakarta^{1,3,4,5,6}

Universitas Mercu Buana Yogyakarta²

Email: sofiatibg@gmail.com^{1*}

Abstrak

Persaingan pedagang daging ayam semakin ketat mengakibatkan penjualan menurun sehingga hal ini menjadi permasalahan yang dihadapi para pedagang daging ayam di sepanjang jalan Tegalturi Giwangan Umbulhardjo Yogyakarta. Tujuan pengabdian ini untuk memfasilitasi edukasi dan pelatihan literasi daging ayam yang diujikan berkualitas unggul dan berdampak mendorong penjualan. Metode kegiatan melalui beberapa tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan, dan monitoring. Lokasi di tempat usaha dilaksanakan pada tanggal 2 Mei dan 3 Juni 2024. Hasil pelaksanaan edukasi mendapat respon yang mengembirakan Mitra hal ini dilihat dari banyaknya pertanyaan yang mereka sampaikan, mitra telah memiliki literasi kualitas unggul daging ayam. Hal ini bisa dilihat dari indikator daging ayam yang diujikan memenuhi standar kualitas daging ayam yang higienis yaitu ada penutup plastik. Standar Halal berhasil dipenuhi dengan cara mitra dalam menyembelih ayam telah memenuhi syariat agama. Mitra dan Tim mengadakan refleksi dan evaluasi yang hasilnya positif yaitu 3 dari 4 mitra telah memahami dan berhasil menerapkan edukasi 75%. Hal tersebut ditunjukkan dari perbandingan hasil penjualan sebelum edukasi rata-rata per hari 10 kg, pasca edukasi penjualan meningkat menjadi penjualan rata-rata 13 kg (30%) per hari. Dengan meningkatnya hasil penjualan tersebut menjadi indikator keberhasilan kegiatan pengabdian

Kata Kunci: daging ayam higienis dan halal, peningkatan penjualan

Abstract

The competition between chicken meat traders is getting tighter, resulting in declining sales, so this is a problem faced by chicken meat traders along Jalan Tegalturi Giwangan Umbulhardjo Yogyakarta. The purpose of this service is to facilitate education and training in literacy of chicken meat that is sold with superior quality and has an impact on boosting sales. The activity method goes through several stages, namely preparation, implementation, and monitoring and evaluation. The location at the business premises was carried out on May 2 and June 3, 2024. The results of the implementation of the education received an encouraging response from Partners, this can be seen from the many questions they asked, partners already have literacy in superior quality chicken meat. This can be seen from the indicator of the chicken meat sold meets the hygienic chicken meat quality standards, namely there is a plastic cover. Halal standards have been successfully met by the partner's way of slaughtering chickens that has met religious law. Partners and the Team held a reflection and evaluation which resulted in positive results, namely 3 out of 4 partners had understood and successfully implemented 75% education. This is shown from the comparison of sales results before education, an average of 10 kg per day, after education, sales increased to an average of 13 kg (30%) per day. With the increase in sales results, it is an indicator of the success of community service activities.

Keywords: hygienic and halal chicken meat, increased sales

PENDAHULUAN

Kebutuhan pangan masyarakat agar memenuhi standar gizi kesehatan manusia yaitu mengonsumsi protein nabati dan protein hewani, dengan demikian agar ketersediaan protein hewani tersebut tercukupi maka masyarakat dihibung untuk memelihara hewan seperti aneka jenis ikan, kambing, sapi maupun ayam. Daging ayam menduduki peringkat tertinggi dalam kemudahan penyediaannya, pengolahannya, maupun keterjangkauan harga (Abdurrahman et al., 2022). Melimpahnya ketersediaan daging ayam terlihat dari banyaknya para pedagang baik di pasar modern, pasar tradisional, maupun pedagang kaki lima. Para pedagang kaki lima yang menjual daging ayam di sepanjang Jalan Tegalturi Giwangan Umbulhardjo Yogyakarta memiliki daya tarik konsumen. Beberapa pedagang tersebut merupakan reseller dari pengusaha pemotongan ayam. Banyaknya pedagang tersebut menarik pembeli mengingat lokasi yang strategis di pinggir jalan memberikan kemudahan akses pembelian juga harganya lebih murah dari pada harga di dalam pasar. Beberapa laporan penelitian tentang perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam diantaranya dipengaruhi oleh terjangkaunya harga, kemudahan memperolehnya, memenuhi gizi keluarga, dan peran tenaga penjual (Fauzi & Wijaya, 2021); (Utiah et al., 2021); (Kusumayana et al., 2017); (Julina Simbolon et al., 2024); (Arafah & Mujayin, 2022).

Kajian empiris melaporkan bahwa sikap konsumen terhadap pembelian daging ayam cukup baik (Julina Simbolon et al., 2024). Konsumen dalam memutuskan pembelian daging ayam segar juga mempertimbangkan faktor bobot daging ayam, aroma daging, warna daging dan tekstur daging. Laporan penelitian menunjukkan bahwa harga daging ayam, pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga, umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan memiliki korelasi yang positif terhadap perilaku konsumen (Arafah & Mujayin, 2022). Keputusan pembelian daging ayam sebagian besar (74%) konsumen mempertimbangkan kualitas daging ayam (Oroh & Pangemanan, 2023).

Daging ayam yang berkualitas tinggi sudah memenuhi standar kesehatan pangan antara lain daging ayam segar harus higienis dan memenuhi standar halal (Da Costa et al., 2022). Berdasarkan beberapa hasil kajian empiris tersebut maka sebagai pedagang daging ayam harus cerdas dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan terpenuhinya kepuasan konsumen maka loyalitas terbentuk sehingga konsumen akan melakukan pembelian ulang di penjual tersebut (Laili & Canggih, 2021); (Putra, 2021); (Nurhikmat, 2023). Namun semakin meningkatnya jumlah para pedagang daging ayam akhir akhir ini menjadi bumerang bagi para pedagang karena persaingan menjadi lebih ketat. Ketatnya persaingan tersebut berdampak terhadap menurunnya jumlah penjualan sehingga pedagang dituntut melakukan inovasi guna meraih pasar (Wijaya et al., 2019); (Wiryawan & Seminari, 2022). Bahkan untuk memenangkan persaingan pedagang harus cerdas membuat strategi keunggulan produknya (Kurniati et al., 2022). Upaya meningkatkan penjualan dilakukan melalui beberapa strategi dalam meningkatkan penjualan di era kompetitif yang sangat ketat (Tjiptono, 2019) namun tidak semua pedagang mampu membuat strategi sehingga hal tersebut menimbulkan permasalahan terhadap hasil penjualan yang tidak meningkat.

Permasalahan tersebut dialami para pedagang kaki lima daging ayam di sepanjang JL Tegalturi Giwangan Umbulhardjo Yogyakarta yang telah disurvei oleh Tim pengabdian pada bulan April 2024. Berdasarkan hasil Survey awal terdapat beberapa pedagang yang ramai pembeli (penjualan) namun sebagian besar pedagang tidak begitu laris (sepi pembeli). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi persaingan pedagang reseller daging ayam segar semakin ketat sehingga mereka harus berfikir cerdas dalam upaya mencapai target penjualan. Namun untuk meningkatkan penjualan tidaklah mudah bagi pedagang yang memiliki keterbatasan pengetahuan pemasaran daging ayam.

Dari beberapa pedagang yang sepi pembeli Tim Kegiatan Pengabdian melakukan pendekatan dengan mendengar keluhan permasalahan kurang ramainya pembeli yang berdampak terhadap omset penjualan sedikit. Disisi lain pedagang harus menyeret kepada supplier sesuai target penjualan. Pedagang yang dijadikan mitra dalam kegiatan ini menghadapi permasalahan keterbatasan pengetahuan strategi meningkatkan penjualan dan kualitas daging ayam yang memenuhi standar kesehatan pangan. Permasalahan yang dihadapi para pedagang daging ayam dalam upaya meningkatkan penjualan ini Berdasarkan analisis situasi tersebut mendorong Tim pengabdian untuk memberikan strategi meningkatkan penjualan. Tim pengabdian masyarakat memberikan solusi program untuk memberikan pelatihan upaya meningkatkan penjualan dengan menekankan keunggulan kualitas produk yaitu daging ayam. Untuk menjual daging ayam yang berkualitas unggul maka Tim

merumuskan program kegiatan edukasi tentang standar kualitas daging ayam.

Tujuan pengabdian ini untuk mengedukasi perilaku pedagang dalam menjajakan ayam pedaging yang sehat. Hasil pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi kesehatan pangan pedagang daging ayam sehingga dengan dagangan yang Higienis dan Halal dapat dijadikan promosi penjualan dengan demikian akan memikat konsumen menjadi pelanggan setia yang pada akhirnya berdampak positif memberikan peningkatan terhadap omset penjualan. Solusi yang ditawarkan Program pengabdian kepada masyarakat ini membantu mitra memberikan tawaran edukasi meningkatkan kualitas unggul daging ayam yang dijajakan melalui pelatihan dengan pembekalan materi tentang daging ayam segar yang memenuhi standar kesehatan pangan. Disamping itu sehabis pelatihan program monitoring dan evaluasi guna mengetahui sejauh mana keberhasilan program pengabdian Target luaran yang akan dihasilkan dari masing masing solusi adalah mitra berhasil : pertama, mitra mampu mengimplementasikan hasil pelatihan mengelola dagangan daging ayam segar sesuai standar Kesehatan pangan; kedua mitra mampu mengimplementasikan Indikator keberhasilan program pengabdian masyarakat ini hasil monev diharapkan mitra udah mampu menaikkan omset penjualan

METODE

Kegiatan edukasi ini dilaksanakan pada tanggal 2 Mei 2024 dan tanggal 4 Juni 2024 monitoring serta evaluasi hasil edukasi di lokasi tempat jualan daging ayam di jalan Tegalturi Giwangan Umbulhardjo Yogyakarta. Dalam kegiatan ini metode penentuan jumlah pedagang yang dijadikan mitra berdasarkan kesediaan mereka yaitu dari 18 pedagang sebanyak 4 orang. Metode kegiatan melalui tiga tahapan yaitu tahap awal dengan survey, tahap kedua edukasi, tahap ketiga monitoring dan evaluasi.

1. Survey awal dilakukan melalui pengamatan dan wawancara
2. Metode edukasi dilakukan dengan teknik berikut:
 - a. memberikan pelatihan materi literasi kesehatan pangan protein hewani
 - b. standar kualitas daging ayam
 - c. perilaku konsumen dan keputusan pembelian
 - d. teknik meningkatkan penjualan
3. Monitoring dan evaluasi hasil penjualan selama satu bulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program pengabdian ini menunjukkan hasil sesuai dengan proses tahapan sebagai berikut:

1. Hasil Survey

Tim pengabdian pada awal kegiatan melakukan survey di lokasi tempat para pedagang daging ayam kaki lima di sepanjang Jalan Tegalturi Giwangan. Dalam pengamatan ini Tim mulai menghitung dari arah barat ke timur ada sekitar 18 pedagang kaki lima. Berdasarkan pengamatan ini Tim pengabdian menemukan permasalahan bahwa (100%) mayoritas pedagang di sepanjang Jalan Tgalturi dalam menjajakan daging ayam belum memenuhi standar kesehatan pangan. Pengamatan yang lain adalah dari 18 pedagang tersebut hanya 6 pedagang yang ramai pembeli dan 12 pedagang lainnya bervariasi ada yang sepi pembeli namun ada juga yang pembelinya datang dan pergi sehingga hal ini mendorong Tim untuk minta ijin mewawancarai para pedagang. Selama wawancara berlangsung pedagang sambil sesekali melayani pembeli. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mitra mengalami kerugian karena hasil penjualan belum bisa menutup setoran ke produsen. Dengan demikian Tim pengabdian mengangkat permasalahan upaya meningkatkan penjualan.

2. Hasil pelaksanaan edukasi

a. Hasil pelaksanaan edukasi dan pelatihan dengan pembekalan materi literasi kesehatan pangan protein hewani yang bersumber dari daging ayam. Edukasi ini narasumber utama adalah Bapak Hermani selaku praktisi dan mantan aparat di Dinas Pertanian Propinsi DIY. Narasumber menjelaskan tentang pentingnya kesehatan pangan, sumber protein baik hewani maupun nabati, serta memberikan contoh sambil memperagakan daging ayam yang dijajakan Mitra di tempat usaha. Selama edukasi narasumber disamping menjelaskan juga memberi kesempatan peserta untuk bertanya maupun memberi pertanyaan. Dokumentasi maupun hasil respon ditunjukkan pada gambar maupun tabel berikut:



Gambar 1. materi standar kesehatan daging dan diskusi

Tabel 1. Respon Peserta selama berlangsung edukasi

No	Materi	Penjelasan dan Pertanyaan	Respon
1	Literasi kesehatan pangan	Standar kesehatan pangan	Bermanfaat
2	Sumber protein hewani	Apa saja sumber protein	Tertarik
3	Daging ayam	Peragaan daging ayam yang dijajakan	Aplikatif

Sumber: Tim pengabdian,2024

Narasumber dalam menjelaskan kualitas daging ayam yang memenuhi standar kesehatan pangan sambil diskusi selanjutnya mitra mempraktikkan pembuatan penutup dagangan daging ayam segar dengan bantuan teknologi rekayasa pangan terbuat dari plastic sebagai penutup daging ayam segar agar tidak terpapar polusi .Mengingat menjajakan daging ayam secara kaki lima di pinggir jalan memiliki dampak negatif bagi kesehatan veteriner seperti penurunan kualitas higienis daging ayam tersebut sehingga bisa menimbulkan penyakit yang bersumber dari hewan. Sebagai contoh penyakit zooniz meningkat antara lain karena peningkatan penderita salmonellosis. Penderita Salmonellosis disebabkan oleh bakteri Salmonella sp Wibisono dalam (Rohmani Shofia et al., 2023). Bakteri Salmonella tumbuh di dalam makanan sehingga apabila makanan tersebut dikonsumsi mengakibatkan keracunan.Dengan demikian untuk mencegah maupun mengurangi penyakit zooniz tersebut masyarakat baik pedagang maupun konsumen harus memiliki tingkat literasi kesehatan pangan.

Respon Mitra pada saat edukasi diberikan beberapa pertanyaan oleh Tim :



Gambar 2. Praktik Peragaan Daging Ayam yang salah maupun yang benar

b. standar kualitas daging ayam

No	Indikator	Pertanyaan	Respon
1	Higienis	Apa ciri ciri ayam hidup yang sehat? Bagaimana tekstur karkas ,warna? Bagaimana cara menjajakan daging ayam?	Aktif
2	Halal	Apakah Anda pernah mendengar istilah JULEHA juru penyembelihan halal? Bagaimana cara menyembelih?Bagaimana cara mencuci hasil penyembelihan?	Aktif

c. perilaku konsumen dan keputusan pembelian

Edukasi perilaku konsumen dan keputusan pembelian daging ayam sebagai narasumber adalah Ibu Sofiati selaku ketua Tim Pengabdian ini. Narasumber menjelaskan faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat pembelian dan omset penjualan. Dalam penyampaian materi diselingi dengan beberapa contoh selama ini Mitra melayani permintaan konsumen. Dari beberapa pernyataan Mitra tersebut maka narasumber meluruskan pendapat Mitra yang kurang mendukung naiknya penjualan. Hasil dari diskusi ditunjukkan dalam gambar maupun tabel berikut:

No	Indikator	Penjelasan dan pertanyaan	Respon
1	Kualitas Pelayanan	Keandalan,daya tanggap, bukti fisik,jaminan,empati	Tertarik
2	Pengalaman pembelian	Reputasi penjual	Aplikatif

3	Kepuasan konsumen	Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga	Bermanfaat
4	Loyalitas konsumen	Kesetiaan pada produk penjual, pembelian ulang	Tertarik

d. teknik meningkatkan penjualan

No	Indikator	Penjelasan dan pertanyaan	Respon 1
1	Harga	Keterjangkauan, manfaat, daya saing	Bermanfaat
2	Kualitas Produk	Sesuai standar atau tidak	Aktif
3	Promosi	Waktu, jangkauan, frekuensi	Tertarik
4	Lokasi	Aksesibilitas, visibilitas	Aplikatif

Monitoring dan Evaluasi

Tim melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan dengan tujuan untuk menilai apakah kegiatan yang sudah dilaksanakan berjalan sesuai yang direncanakan atau tidak sehingga bisa diketahui efektifitasnya (UIN, 2020). Tahap monitoring dilakukan selama satu bulan dengan tujuan untuk mengetahui perkembangan data penjualan paska pelaksanaan edukasi satu bulan. Dengan cara melihat data yang berisi catatan hasil penjualan per hari selama bulan Mei 2024. Pada tahap ini Tim pengabdian bersama Mitra mengamati dan menghitung masing masing data penjualan setiap Mitra. Tahap evaluasi dilakukan penilaian berdasarkan data monitoring penjualan selama satu bulan (April sampai dengan Mei 2024). Evaluasi terhadap data penjualan empat Mitra hasilnya evaluasi menunjukkan bahwa satu Mitra data penjualannya belum ada kenaikan. Dengan demikian Tim pengabdian mengevaluasi lebih lanjut penyebab belum berhasilnya peningkatan penjualan menurut Mitra konsumen tidak mempermasalahkan pertimbangan higienitas dan halal daging ayamnya namun memprioritaskan pertimbangan dari segi harga yang lebih murah.



Gambar 4. Monitoring penjualan



Gambar 5. Monitoring Daging ayam terstandar

SIMPULAN

Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Tim STIE Widya Wiwaha dan Universitas Mercu Buana Yogyakarta ini telah berhasil membantu mewujudkan peningkatan penjualan dengan strategi keunggulan kualitas produk. Untuk mencapainya Tim melaksanakan edukasi literasi higienitas dan kehalalan daging ayam yang berkualitas unggul. Daging ayam yang berkualitas unggul antara lain memenuhi unsur higienitas dan kehalalan. Indikator keberhasilan ini dilihat dari hasil penjualan sebelum pelaksanaan edukasi rata rata 10 kg per hari dan paska edukasi Mitra mampu menjual rata rata 13 kg per hari sehingga terdapat peningkatan sebesar 30% per hari. Keberhasilan tersebut tercapai melalui beberapa hal yaitu peningkatan pengetahuan Mitra tentang standar kesehatan pangan, peningkatan kesadaran Mitra akan pentingnya menjajakan daging ayam yang higienis dan halal, peningkatan penggunaan sarana dan prasarana meja stainless, timbangan, pisau maupun tempat cuci yang standar. Disamping itu kegiatan ini juga membantu pemerintah dalam hal membangun kesadaran masyarakat akan penyediaan pangan yang bergizi melalui protein hewani. Dampak kegiatan pengabdian ini juga membantu keamanan konsumen dalam membeli daging ayam dengan demikian kegiatan ini membantu program pemerintah baik UMKM maupun kesehatan pangan.

Saran

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi satu Mitra menginformasikan bahwa beberapa konsumen tertentu tidak mempertimbangkan segi higienitas dan halalnya daging ayam yang dibelinya namun faktor harga yang lebih murah. Dengan demikian hal ini mendorong Tim Rencana berencana kegiatan yang akan datang memprogramkan edukasi kesehatan pangan khususnya daging ayam ini dengan sasaran masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, F., Soeharsono, & Soepranianondo, K. (2022). Study of Performance Index and Business Analysis on Chicken Infected by *Escherichia coli* with Probiotic Provision of Lactic Acid Bacteria. *Jurnal Medik Veteriner*, 5(1), 74–80. <https://doi.org/10.20473/jmv.vol5.iss1.2022.74-80>
- Arafah, & Mujayin, Y. (2022). Consumer Behavior in the Purchase of Chicken Meat in the Traditional Market of Donggala Regency (Chapter Market Case Study). *Jurnal Ilmiah AgriSains*, 21(2). <https://doi.org/10.22487/jiagrisains.v21i2.2020.87-96>
- Da Costa, M., Bachrum, M., Widaya Lukman, D., Pisestyani, H., Sudarnika, E., Studi Kesehatan Masyarakat Veteriner, P., Pascasarjana, S., Kedokteran Hewan, F., Kesehatan Masyarakat Veteriner dan Epidemiologi, D., & Pertanian Bogor, I. (2022). *ACTA VETERINARIA INDONESIA Kualitas Mikrobiologis Daging Ayam yang Dijual di Pasar Kota Dili, Timor Leste (Microbiological Quality of Chicken Meat Sold in the Dili City Market, Timor Leste)*. <http://www.journal.ipb.ac.id/indeks.php/actavetindones>
- Fauzi, N. A., & Wijaya. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Broiler Di Pasar Celancang. *Jurnal Agrijati*, 34(1).
- Julina Simbolon, Maleha, & Eka Nor Taufik. (2024). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN DAGING AYAM BROILER DI KECAMATAN PAHANDUT KOTA PALANGKA RAYA. *JOURNAL SOCIO ECONOMICS AGRICULTURAL*, 18(2). <https://doi.org/10.52850/jsea.v18i2.12654>
- Kurniati, N., Zulkarnain, Z., & Lestari Garnasih, R. (2022). STRATEGI MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI INOVASI, ORIENTASI PASAR, DAN KEWIRAUSAHAAN PADA COFFEE SHOP DI KOTA PEKANBARU. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3). <https://doi.org/10.35145/procuratio.v10i3.1675>
- Kusumayana, P., Seftiani, S., Agribisnis, P. S., Tinggi, S., Pertanian, I., Program, A., Agribisnis, S., Tinggi, S., & Pertanian, I. (2017). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Daging Ayam Ras Pedaging Di Pasar Tradisional Amuntai (Analysis of Consumer Behavior In Purchasing Broiler Chicken in Amuntai Traditional Market). *Rawa Sains*, 7(2).
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BODY LOTION CITRA (STUDI KASUS MAHASISWA SURABAYA). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6). <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Nurhikmat, A. (2023). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga dan Kualitas Produk: Literature Review. *KarismaPro*, 13(2). <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>
- Oroh, F. N. ., & Pangemanan, S. P. (2023). PERILAKU KONSUMEN DAGING AYAM BROILER DI PASAR TRADISIONAL DAN MODERN. *Jambura Journal of Animal Science*, 5(2). <https://doi.org/10.35900/jjas.v5i2.19443>
- Putra, A. (2021). Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnygold (Studi Kasus Pada Konsumen SunnyGold Di Jakarta Selatan). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1). <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10205>
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Edisi 3. In *CV. Andi Offset* (Vol. 1, Issue 4).
- UIN, A. (2020). Pedoman Monitoring dan Evaluasi. In *UIN Alaudin Makasar*. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Utiah, M. P., Kalangi, J. K. ., & Oroh, F. N. . (2021). Analisis perbedaan perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam ras pada pasar Tradisional dan Modern di kota Manado. *ZOOTEC*, 41(2). <https://doi.org/10.35792/zot.41.2.2021.36809>
- Wijaya, R. A., Qurratu'aini, N. I., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2).
- Wiryanawan, I. P. G. H., & Seminari, N. K. (2022). PERAN INOVASI PRODUK MEMEDIASI ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(6). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i06.p02>