

STRATEGI MENINGKATKAN NILAI JUAL SAPI GEMUK MELALUI BRANDING DAN SERTIFIKASI

Febrian Alwi^{1*}, Muhammad Choiril Ma'arif², Haris Surya Iskandar³, Wahyu Ardiyanto⁴, Unna Ria Safitri⁵.

Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Boyolali
Jl. Pandanaran No.405, Dusun 1, Winong, Kec. Boyolali, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah 57315

* E-mail : fanalwi4@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana meningkatkan harga jual sapi yang dipelihara dengan menggunakan branding dan sertifikasi pada usaha peternakan kecil. Penelitian dilakukan di Kandang Rendy Farm (KRF) yang berlokasi di Boyolali, dengan fokus pada penggemukan sapi Friesian Holstein (FH) mengingat tingginya permintaan di pasar lokal. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dan strategi yang dipilih adalah studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung di lapangan, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan pendekatan tematik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggemukan sapi selama 4 hingga 5 bulan dengan pakan berupa campuran lokal dan komersial dapat meningkatkan efisiensi penambahan berat badan. Dengan memperkenalkan strategi branding seperti identitas merek, pelabelan riwayat ternak, dan promosi digital, serta sertifikasi kesehatan dan konsumabilitas dari lembaga terkait, telah terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen dan harga jual ternak. Hasil ini menunjukkan betapa pentingnya inovasi dalam pemasaran bernilai tambah bagi petani kecil untuk bersaing. Selain itu, keberhasilan strategi yang diterapkan juga membutuhkan dukungan dari berbagai sektor seperti pemerintah, lembaga sertifikasi, dan koperasi tani untuk membantu memperluas penerapan praktik yang sama secara komprehensif dan berkelanjutan.

Kata kunci : Branding, Sertifikasi, Penggemukan Sapi, Nilai Jual, Peternakan Boyolali.

Abstract. This study aims to analyze how to increase the selling price of cattle raised by using branding and certification in small farm businesses. The research was conducted at the Rendy Farm (KRF) Cage located in Boyolali, with a focus on fattening Friesian Holstein (FH) cattle given the high demand in the local market. The

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No
984m887

DOI : Prefix DOI :

10.3766/hibrida.v.1i2.3753

Copyright : Author

Publish by : Hibrida



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

method used was qualitative descriptive, and the chosen strategy was a case study. Data were obtained through in-depth interviews, direct observations in the field, and documentation, then analyzed with a thematic approach. The findings of the study show that fattening cows for 4 to 5 months with feed in the form of a mixture of local and commercial mixtures can improve the efficiency of weight gain. By introducing branding strategies such as brand identity, livestock history labeling, and digital promotion, as well as health and consumability certifications from related institutions, it has been proven to increase consumer trust and the selling price of livestock. These results show how important innovation in value-added marketing is for smallholders to compete. In addition, the success of the strategy also requires support from various sectors such as the government, certification bodies, and farmer cooperatives to help expand the implementation of the same practice comprehensively and sustainably.

Key words: Branding, Certification, Cattle Fattening, Selling Value, Animal Husbandry Boyolali.

PENDAHULUAN

Industri peternakan sapi potong merupakan elemen penting bagi sistem ketahanan pangan dan perekonomian lokal di Kabupaten Boyolali Jawa Tengah. Kabupaten Boyolali memiliki tanah yang subur, sumber pakan alami yang melimpah, dan tradisi budidaya yang sudah berusia berabad-abad telah tumbuh menjadi pusat peternakan sapi potong di Indonesia. Sektor ini berperan tidak hanya dalam menyediakan daging untuk dikonsumsi, tetapi juga memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat pedesaan. Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya maksimal, terutama dalam hal peningkatan nilai jual produk ternak (purwadi, 2024).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh peternak lokal adalah ketidakstabilan harga jual sapi. Harga yang berlaku sangat dipengaruhi oleh faktor musiman, panjang rantai distribusi, dan dominasi perantara dalam rantai pasokan. Di tengah situasi ini, peternak sering berada dalam posisi yang kurang beruntung dan kesulitan untuk mendapatkan keuntungan yang memadai, meskipun telah melakukan penggemukan secara intensif. Tanpa strategi yang efektif, hasil penggemukan tidak memberikan peningkatan nilai ekonomi yang signifikan (Bay, 2024).

Oleh karena itu, diperlukan terobosan dalam strategi pemasaran yang tidak hanya didasarkan pada kualitas fisik hewan, tetapi juga dapat menciptakan kepercayaan dan persepsi pasar dengan metode yang berbeda. Salah satu pendekatan yang kini sedang dipertimbangkan adalah penerapan branding dan sertifikasi. Melalui branding, peternak dapat mengembangkan identitas bisnis dan membedakan produk ternak mereka dengan produk lain di pasaran. Selain itu, sertifikasi menjamin kesehatan, keselamatan, dan legalitas hewan ternak, yang semakin penting seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen.

Kandang Rendi Farm di Boyolali merupakan salah satu contoh usaha peternakan yang mulai menggunakan strategi ini dalam upaya meningkatkan daya saing mereka (Widianingrum, 2024) & (satria.ardhi.n, 2025).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali secara mendalam penerapan strategi branding dan sertifikasi di Kandang Peternakan Rendy, serta dampaknya terhadap peningkatan nilai jual sapi yang dihasilkan melalui penggemukan. Dengan menggunakan metode kualitatif dan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi baik secara konseptual maupun praktis terhadap pengembangan industri peternakan sapi potong di tingkat lokal.

METODE PENELITIAN

Metode

Metode penelitian yaitu pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana meningkatkan harga jual sapi dari penggemukan melalui branding dan sertifikasi di Peternakan Kandang Rendy, Kabupaten Boyolali. Pendekatan ini dipilih karena membantu peneliti untuk memahami fenomena kompleks dalam konteks tertentu, berdasarkan pengalaman, pandangan, dan praktik individu yang terlibat di lapangan. (Pujosakti, 2022)

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik kandang, manajer bisnis, dan instansi terkait yang berperan dalam proses sertifikasi. Wawancara dilakukan langsung di lokasi Rendy Farm's Enclosure, menggunakan panduan semi-terstruktur untuk memberikan kebebasan eksplorasi tanpa mengabaikan fokus tematik. Selain itu, pengamatan lapangan dan dokumentasi juga digunakan untuk mendukung data dan meningkatkan pemahaman konteks.

Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik, yang meliputi identifikasi, pengelompokan, dan interpretasi tema-tema penting dari wawancara dan catatan lapangan. Tahapan analisis meliputi transkripsi data, pembacaan berulang, pengkodean, penentuan pola dan tema, serta makna masing-masing tema yang relevan dengan tujuan penelitian. Keabsahan data dijaga dengan menggunakan triangulasi sumber dan konfirmasi kembali hasil penelitian kepada informan. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif dan kontekstual terkait penerapan strategi branding dan sertifikasi serta dampaknya terhadap peningkatan harga jual sapi di usaha penggemukan seperti Kandang Rendy Farm.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Kandang Rendi Farm (KRF)

Kandang Rendy Farm (KRF) adalah unit bisnis yang berfokus pada peternakan sapi potong, yang berlokasi di Boyolali, Jawa Tengah. Boyolali terkenal sebagai pusat peternakan sapi di Indonesia, yang didukung oleh faktor geografis, agroiklim yang baik, dan ketersediaan sumber daya alam dan tenaga kerja lokal yang memadai. Dalam hal ini, KRF berperan sebagai salah satu aktor yang ingin mengembangkan bisnis penggemukan sapi potong dengan cara yang lebih terorganisir dan berorientasi pasar.

Kegiatan utama yang dilakukan KRF adalah penggemukan sapi jantan dengan pendekatan semi intensif. Sapi yang menjadi pilihan dan spesialisasi adalah Friesian Holstein (FH) jantan. Meskipun FH biasa dikenal sebagai sapi perah, namun dalam penggemukan, sapi

FH jantan memiliki potensi ekonomi yang signifikan. Beberapa faktor strategis yang mendukung hal ini antara lain:

Permintaan Pasar yang Tinggi: Sapi FH yang gemuk menunjukkan pertumbuhan berat badan yang pesat dan memiliki ukuran tubuh yang besar, oleh karena itu sangat dicari oleh pedagang dan konsumen, terutama menjelang perayaan seperti Idul Adha serta untuk kebutuhan daging rumah tangga dan industri.

Harga Breed Lebih Ekonomis: Dibandingkan dengan ras premium seperti limousin atau simmental, sapi FH jantan memiliki harga benih yang lebih rendah. Ini memberikan manfaat finansial awal bagi peternak, karena investasi bibit bisa lebih ringan tanpa mengorbankan kualitas penggemukan.

Kemampuan beradaptasi dengan Lingkungan Lokal: Dari pengamatan dan wawancara di lapangan, sapi FH jantan tampak cukup adaptif terhadap pakan lokal dan tidak terlalu terpengaruh oleh perubahan cuaca di Boyolali, sehingga pemeliharaannya lebih mudah.

Dengan model bisnis yang berfokus pada penggemukan dan pemilihan ras sapi yang sesuai dengan kondisi pasar dan sumber daya yang ada, KRF telah mampu membuktikan bahwa inovasi dalam pemilihan spesies ternak merupakan strategi penting dalam menciptakan efisiensi bisnis. Profil ini menjadi dasar untuk analisis yang lebih mendalam terhadap strategi branding dan sertifikasi yang diterapkan oleh KRF untuk meningkatkan nilai tambah ternak yang mereka kembangkan.

Metode Penggemukan Sapi di KRF

Kandang Rendy Farm (KRF) menggunakan metode penggemukan sapi yang dibuat untuk mencapai berat badan ideal dalam waktu yang tidak terlalu lama dengan produksi yang hemat biaya. Metode ini mencakup langkah-langkah mulai dari pemilihan benih, manajemen pembesaran, hingga pemberian pakan berdasarkan nutrisi lokal yang terjangkau namun berkualitas. KRF berfokus menjaga keseimbangan antara biaya dan produk akhir berupa sapi yang siap dijual dengan nilai ekonomis yang tinggi.

1) Pemilihan Benih

Langkah pertama dalam metode penggemukan adalah memilih ras sapi jantan dari jenis Friesian Holstein (FH) yang berusia antara 4 dan 5 bulan. Usia ini dipilih karena pada saat itu sapi mulai mengalami pertumbuhan yang pesat, dan efisiensi konversi pakan menjadi berat badan juga lebih baik. Kriteria untuk memilih bibit mencakup tiga hal utama:

- a. Kesehatan fisik: bebas dari penyakit, cedera, dan cacat fisik. Struktur tubuh: postur tubuh yang seimbang, tulang besar, dan bentuk tubuh yang menunjukkan potensi pertumbuhan bangkai.
- b. Nafsu makan: nafsu makan merupakan faktor penting dalam menentukan konsumsi pakan dan asupan nutrisi pada ternak seperti ayam pedaging. Beberapa studi menunjukkan bahwa peningkatan konsumsi pakan berbanding lurus dengan peningkatan produktivitas, tetapi manajemen terkait waktu pemberian pakan tidak selalu memiliki pengaruh signifikan terhadap efisiensi pakan, seperti ditunjukkan oleh Listyasari dan Purnama (2022).

Pemilihan benih yang baik merupakan dasar penting untuk keberhasilan proses penggemukan, karena mempengaruhi respons hewan terhadap pemeliharaan dan pemberian makan.

2) Proses Pembesaran

Masa penggemukan di KRF berlangsung selama 4 hingga 5 bulan, tergantung kondisi awal sapi dan target pasar. Proses ini dimulai dengan periode adaptasi dua minggu, di mana sapi

diperkenalkan ke lingkungan kandang, pola makan, dan jadwal pemberian makan. Setelah masa adaptasi, sapi akan menjalani fase pertumbuhan intensif dengan pemantauan berat badan secara teratur.

Target berat akhir yang diharapkan berkisar antara 300 hingga 350 kg per ekor, sesuai dengan kebutuhan pasar lokal dan penyembelihan. Penentuan target ini memperhitungkan daya dukung, daya beli konsumen lokal, dan margin keuntungan. Selain itu, efisiensi waktu dalam pemeliharaan juga penting agar biaya produksi tetap terjaga. Hal tersebut sama dengan penelitian Zoa, J.H. (2014) Kondisi Sanitasi Tempat Pemotongan Hewan Kurban Serta Cemaran *Escherichia Coli* Dalam Daging Kurban Di Dki Jakarta yang mana penggemukan intensif sapi potong dengan target bobot 300-350 kg ideal dicapai dalam waktu 4-5 bulan. Penekanan diberikan pada masa adaptasi awal, efisiensi konversi pakan, dan sinkronisasi antara bobot hidup dan kebutuhan pasar daging sapi lokal.

3) Pakan dan Nutrisi

Metode pakan di KRF berfokus pada kombinasi bahan pakan lokal dan pakan olahan (sentris) untuk meningkatkan penambahan berat badan. Komposisi pakan yang sering digunakan meliputi:

- a. Pusat komersial: Pakan komersial berperan sebagai sumber utama protein dan energi dalam sistem penggemukan sapi potong di daerah tropis. Berdasarkan penelitian oleh Daryanti (2010), kandungan nutrisi dari pakan sentral menunjukkan kadar bahan kering (DM) sekitar 89% dan protein kasar (CP) sebesar 15,6%, menjadikannya kontributor utama terhadap kebutuhan metabolisme energi dan protein ternak. Hal ini mendukung efisiensi pertumbuhan dan produktivitas selama masa penggemukan intensif Daryanti (2010).
- b. Singkong dan dedak: sebagai sumber karbohidrat fermentatif untuk energi. Menunjukkan bahwa campuran pakan lokal berbasis singkong dan konsentrat lokal menghasilkan (setiadi, 2020) keuntungan harian rata-rata (ADG) hingga 1,38 kg/hari pada sapi jantan penggemukan, menggambarkan efisiensi bobot tinggi dengan biaya minimal.



- c. Penggunaan pollard (dedak halus dari gandum) dalam ransum sapi perah FH (Friesian Holstein) terbukti memberikan manfaat gizi yang signifikan. Bahan ini dikenal kaya akan serat kasar dan energi metabolik, serta memiliki daya cerna yang tinggi, menjadikannya bahan baku yang efisien untuk mendukung peningkatan performa ternak. Penambahan pollard dalam sistem penggemukan intensif tidak hanya membantu memenuhi kebutuhan energi, tetapi juga meningkatkan efisiensi konversi pakan terhadap pertumbuhan bobot badan ternak. Dengan demikian, dedak halus gandum dapat dimanfaatkan sebagai salah satu alternatif strategis dalam formulasi pakan sapi perah maupun sapi potong. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Firmiaty (2023), yang menyatakan bahwa pollard gandum merupakan bahan pakan sumber energi dengan kadar nutrisi dan serat kasar yang baik serta memiliki tingkat

kecernaan tinggi pada ruminansia, sehingga sangat cocok untuk digunakan dalam sistem penggemukan intensif baik untuk sapi perah maupun sapi potong.

Strategi ini bertujuan untuk menciptakan formulasi pakan yang terjangkau dan efektif, dengan prinsip efisiensi biaya per kilogram penambahan berat badan. Pemberian pakan dilakukan dua hingga tiga kali sehari dengan pengawasan konsumsi pakan secara berkala.

Dengan cara ini, KRF berhasil memproduksi sapi gemuk dan siap jual dalam waktu singkat, dengan tetap menjaga keseimbangan antara biaya pakan dan hasil produksi. Kombinasi pemilihan benih yang tepat, manajemen pemeliharaan yang disiplin, dan strategi pakan yang efisien adalah kunci keberhasilan dalam meningkatkan nilai jual sapi hasil penggemukan.

Strategi Peningkatan Nilai

Untuk menaikkan harga jual penggemukan sapi di Kandang Rendy Farm (KRF), diterapkan strategi branding untuk memperkuat identitas usaha. Nama merek "KRF" selalu digunakan dalam kegiatan pemasaran dan penjualan, baik saat berkomunikasi langsung dengan pelanggan maupun melalui media digital. Branding ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol bisnis peternakan, tetapi juga sebagai cara untuk membangun kepercayaan pasar terhadap kualitas produk ternak

KRF juga melakukan langkah-langkah inovatif dengan memberi label dan mendokumentasikan setiap sapi yang dipelihara. Dokumentasi ini mencakup buku harian mengenai jenis dan frekuensi pakan, riwayat vaksinasi, dan pemantauan penambahan berat badan. Dengan cara ini, sapi bukan hanya sekedar komoditas, tetapi menjadi produk yang lebih bernilai karena transparansi dalam proses produksi yang diberikan kepada calon pembeli.

Selain itu Platform digital seperti Instagram dan WhatsApp Business terbukti memainkan peran strategis dalam pemasaran produk peternakan. Melalui konten berbasis visual seperti dokumentasi pemeliharaan ternak, testimoni konsumen, dan jadwal distribusi, usaha peternakan dapat membangun citra merek yang terpercaya serta memperluas jangkauan pasar. Studi oleh Aulia et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial meningkatkan kepercayaan konsumen, intensi pembelian, dan persepsi terhadap mutu produk, menjadikan platform ini alat vital dalam pemasaran ternak modern di era digital.

Langkah kedua yang dilakukan KRF adalah penerapan sertifikasi untuk memastikan kualitas dan keamanan produk. Sertifikat kesehatan dan konsumibilitas dari Dinas Peternakan merupakan bukti standar pemeliharaan yang bersih dan bebas penyakit. Inisiatif ini muncul sebagai tanggapan atas meningkatnya kekhawatiran konsumen mengenai keamanan pangan dan kesehatan hewan.

Selanjutnya, KRF mulai berkolaborasi dengan lembaga sertifikasi halal dan organik untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar tertentu, terutama bagi konsumen muslim dan segmen pasar premium. Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa hewan dirawat dan disembelih sesuai dengan aturan agama, sedangkan sertifikasi organik memperkuat citra keberlanjutan dan bebas dari bahan kimia sintetis.

TANTANGAN DAN SOLUSI

Tantangan

Penerapan strategi peningkatan nilai jual melalui branding dan sertifikasi di Kandang Rendi Farm dihadapkan pada berbagai tantangan praktis. Salah satu hambatan utama adalah tingginya biaya sertifikasi, yang mencakup aspek kesehatan hewan, keamanan pangan, serta sertifikasi tambahan seperti halal atau organik. Bagi petani kecil, biaya ini seringkali tidak

sepadan dengan kapasitas usaha mereka yang terbatas.

Selain itu, pemahaman pasar tentang branding produk hewani masih kurang. Banyak konsumen lokal belum memiliki pandangan yang kuat tentang nilai produk pertanian bermerek atau bersertifikat. Alhasil, upaya membedakan produk melalui strategi ini tidak selalu mendapat reaksi positif berupa peningkatan permintaan yang signifikan.

Solusi

Untuk memenuhi tantangan tersebut, diperlukan beberapa pendekatan strategis. Pertama, penerapan sistem sertifikasi secara kolektif di kalangan petani dapat menjadi solusi yang efisien. Melalui koperasi atau asosiasi, biaya sertifikasi dapat dibagikan, sehingga lebih terjangkau dan menguntungkan bagi semua. Skema ini juga akan mendukung standar manajemen bisnis di tingkat kelompok.

Kedua, dukungan dari pemerintah daerah dan swasta diperlukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan terkait branding dan edukasi kepada konsumen. Menurut penggunaan metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung meningkatkan kemampuan petani untuk mempromosikan produk secara mandiri di media sosial, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan potensi omset. Pelatihan tersebut dapat mencakup manajemen merek, pemasaran digital, dan strategi komunikasi untuk menonjolkan nilai tambah produk. Sementara itu, kampanye untuk meningkatkan kesadaran konsumen dapat membantu memperkuat apresiasi terhadap produk hewani yang terjangkau dan aman (Nurtanti, 2023). Langkah-langkah ini tidak hanya akan memperkuat posisi tawar petani di pasar, tetapi juga mendorong pengembangan ekosistem peternakan yang modern, kompetitif, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi branding dan sertifikasi yang diterapkan oleh Kandang Rendy Farm (KRF) di Boyolali berhasil meningkatkan nilai jual dan daya saing usaha penggemukan sapi lokal. Pemilihan sapi Friesian Holstein (FH) yang berbasis permintaan pasar serta sistem penggemukan efisien selama 4-5 bulan dengan pakan kombinasi lokal dan komersial menjadikan KRF sebagai model agribisnis adaptif. Penerapan branding melalui identitas merek, narasi asal-usul sapi, serta promosi digital memperkuat kepercayaan konsumen, sementara sertifikasi kesehatan dan keamanan pangan memperkuat nilai tambah produk. Untuk memperluas dampak strategi ini, diperlukan kolaborasi aktif lintas sektor termasuk pemerintah, lembaga sertifikasi, sektor swasta, dan koperasi petani melalui pelatihan, sertifikasi kolektif, dan edukasi konsumen guna membangun ekosistem peternakan yang inklusif, responsif terhadap pasar, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, M. R., Suhendra, R., Kom, S., & Nasution, M. T. D. I. A. (2024). Transformasi Pertanian Menuju Masa Depan: Agribisnis dalam Era Society 5.0. ResearchGate.hal 52-58
- Daryanti, S. (2010). Evaluasi Konsumsi Bahan Kering dan Protein Kasar Pakan Fermentasi dalam Penggemukan Sapi Potong. Universitas Jenderal Soedirman
- Firmiaty, S. (2023). Bunga Rampai Pengembangan Peternakan Indonesia: Pakan Ternak Ruminansia. Hal 44
- Teluk, AR (2024). Studi tentang Elastisitas Transmisi Harga dalam Pemasaran Sapi Potong di Kabupaten Timor Tengah. Pertanian Hewan, 705-710.

- Zoa, J. H. (2014). Penggemukan intensif sapi potong dengan pendekatan efisiensi pakan dan sinkronisasi pasar. Poster dipublikasikan dalam Hemera Zoa. Institut Pertanian Bogor (IPB).
- Listyasari, N., & Purnama, M. T. E. (2022). Peningkatan Bobot Badan, Konsumsi dan Konversi Pakan dengan Pengaturan Komposisi Seksing Ayam Broiler Jantan dan Betina. *Acta Veterinaria Indonesiana*, 10(2), 98-105.
- Nurtanti, yaitu (2023). Sosialisasi Implementasi Digital Marketing sebagai Strategi Pengembangan Usaha Peternakan di Kabupaten Klaten.
- Pujosakti, Y. (2022). Analisis Strategi Kompetitif Peternakan Sapi (Studi Peternakan Sapi UD. Brahma Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(2).
- Purwadi. (2024). PENETAPAN DAN PELAKSANAAN HARGA POKOK PENJUALAN DI SUWONDO FARM DESA BANYUANYAR, KECAMATAN AMPEL, KABUPATEN BOYOLALI. *KRIDACENDEKIA*, 17(1), 1-9.
- Stuart O'Neill (2025). Sertifikasi dan pelabelan meningkatkan skala bisnis produk peternakan.
- Setiadi, D. (2020). Diet berbasis singkong meningkatkan penambahan berat badan hidup sapi jantan kawin silang pada sistem penggemukan kecil di Malang, Jawa Timur. *MDPI*.
- Tanuwiria, U. (2021). Manajemen pemeliharaan dalam pemeliharaan anak sapi betina terhadap sapi produktif di KSU. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 35 - 40.
- Widaningrum, D. (2024). Penerapan teknologi peternakan modern dan strategi pemasaran yang inovatif untuk meningkatkan nilai tambah produk peternakan. *JIPHO (Jurnal Ilmiah Peternakan Halu Oleo)*, 06(04).