

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Pengolahan Susu

Community Empowerment Through Milk Processing Innovation

Anne Effane^{1a}, Wilis Firmansyah¹, Asri Rahma Azizah¹, Devrine Vanya¹,
Qori Siti Nurzakiyah¹

^{1a}Universitas Djuanda, Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720, e-mail:
anne.effane@unida.ac.id

(Diterima: 13-09-2025; Ditelaah: 30-10-2025; Disetujui: 8-12-2025)

Abstrak

Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat adalah rendahnya nilai jual susu segar karena hanya dijual dalam bentuk mentah kepada pengepul. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberdayakan masyarakat di Desa Cibodas, Kecamatan Pacet yang berfokus pada pengolahan susu sapi perah menjadi produk olahan bernilai tambah. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif, penyuluhan, pendampingan teknis, produksi, serta pemasaran produk. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta keterlibatan langsung dalam kegiatan produksi dan penjualan. Hasil program menunjukkan bahwa kegiatan pengolahan susu mendapat respon positif dari masyarakat yang ditandai dengan antusiasme dalam mengikuti pelatihan dan habis terjualnya seluruh produk pada dua kali produksi. Selain memberikan keterampilan baru bagi masyarakat terkait diversifikasi produk, pengemasan, dan pemasaran digital, program ini juga menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui keterlibatan langsung dalam usaha berbasis potensi lokal. Program inovasi pengolahan susu tidak hanya meningkatkan nilai tambah ekonomi masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas Desa Cibodas sebagai sentra potensial olahan susu, serta memberikan manfaat ganda bagi mahasiswa dan masyarakat.

Kata kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Pengolahan Susu, UMKM, Desa Cibodas

Abstract

The main problem faced by the community is the low selling price of fresh milk because it is only sold in its raw form to collectors. This community service activity aims to empower the community in Cibodas Village, Pacet District, which focuses on processing cow's milk into value-added products. The implementation method uses a participatory approach, counseling, technical assistance, production, and product marketing. Data was collected through observation, interviews, documentation, and direct involvement in production and sales activities. The program results showed that the milk processing activity received a positive response from the community, as indicated by their enthusiasm in participating in the training and the fact that all products were sold out in two production runs. In addition to providing new skills to the community related to product diversification, packaging, and digital marketing, this program also fostered the entrepreneurial spirit of students through direct involvement in businesses based on local potential. The milk processing innovation program not only increased the economic added value of the community but also strengthened the identity of Cibodas Village as a potential center for milk processing, providing dual benefits for students and the community.

Keywords: Community Empowerment, Milk Processing, MSMEs, Cibodas Village

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu strategi penting dalam mendorong peningkatan kesejahteraan ekonomi, khususnya pada wilayah pedesaan yang memiliki potensi sumber daya lokal namun belum dikelola secara optimal (Rohaenah et al., 2023). Salah satu potensi tersebut adalah komoditas susu, yang umumnya dihasilkan oleh peternak skala kecil dengan nilai tambah yang masih rendah karena keterbatasan pengetahuan, teknologi, dan akses pasar. Ketergantungan pada penjualan susu segar tanpa pengolahan lanjutan menyebabkan pendapatan masyarakat cenderung tidak stabil dan rentan terhadap fluktuasi harga (Intyas et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pemberdayaan yang berorientasi pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal secara produktif dan berkelanjutan.

Inovasi pengolahan susu menjadi instrumen strategis dalam upaya pemberdayaan masyarakat karena mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas diversifikasi usaha, serta menciptakan peluang ekonomi baru (Nareswari et al., 2025). Melalui pengembangan produk olahan seperti yogurt, keju, susu pasteurisasi, dan produk turunan lainnya, masyarakat tidak hanya memperoleh peningkatan pendapatan, tetapi juga penguatan keterampilan kewirausahaan dan kemandirian ekonomi. Selain itu, penerapan inovasi dalam pengolahan susu yang didukung oleh pelatihan, pendampingan, dan penguatan kelembagaan lokal dapat mendorong terciptanya ekosistem usaha yang berdaya saing (Shofa, 2025). Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat melalui inovasi pengolahan susu memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

Desa Cibodas Kecamatan Pacet dikenal sebagai wilayah dengan potensi besar di sektor peternakan sapi perah. Khususnya di Kampung Selajambu mayoritas masyarakat berprofesi sebagai peternak sapi perah yang menghasilkan susu segar setiap harinya. Namun, potensi tersebut belum dimaksimalkan karena sebagian besar susu hanya dijual dalam bentuk mentah kepada pengepul dengan harga relatif rendah. Hal ini mengakibatkan keterbatasan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat setempat. Padahal, susu sapi memiliki peluang besar untuk diolah menjadi berbagai produk turunan bernilai tinggi seperti yoghurt, keju, permen susu, maupun susu botol. Diversifikasi produk ini dapat meningkatkan nilai jual, memperluas pasar, serta menciptakan peluang UMKM baru. Melalui program PKM, mahasiswa hadir untuk memberikan pendampingan dan pelatihan pengolahan susu menjadi produk olahan bernilai tambah, salah satunya produk susu botol dengan merek "SUSU~MOO".

Program ini tidak hanya memberikan pelatihan teknis pengolahan, pengemasan, dan pemasaran modern, tetapi juga memperkuat identitas Desa Cibodas sebagai sentra pengolahan susu potensial di Kecamatan Pacet. Bagi mahasiswa, kegiatan ini menjadi wahana pembelajaran kewirausahaan dan pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, diharapkan program PKM mampu mendorong kemandirian ekonomi masyarakat, meningkatkan kesejahteraan keluarga, serta menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan produksi susu olahan meliputi seleksi bahan baku, pasteurisasi atau proses pemanasan susu, pendinginan cepat, pengemasan higienis, dan penyimpanan dingin. Intervensi pemberdayaan dibagi menjadi tiga fokus utama, yaitu teknik olahan susu, perbaikan label dan kemasan, serta pemasaran digital berbasis kerangka AIDA. AIDA sendiri merupakan singkatan dari *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan), dan *Action* (Tindakan), yang menggambarkan tahapan psikologis konsumen sebelum melakukan pembelian. Model ini digunakan untuk merancang strategi pemasaran agar mampu menarik perhatian calon pelanggan, membangun minat, menciptakan keinginan, dan mendorong tindakan pembelian. Kegiatan berlangsung selama Juli–Agustus 2025 dengan tahap persiapan meliputi penentuan bahan baku dan peralatan produksi, penyusunan jadwal pengolahan dan penjualan, serta penentuan lokasi kegiatan.

Tahap produksi dan penjualan dilakukan melalui dua kali produksi, yaitu produksi pertama pada 27 Juli 2025 sebanyak 25 botol susu “SUSU~MOO” yang terjual habis sehari setelahnya, serta produksi kedua pada 3 Agustus 2025 sebanyak 40 botol yang juga terjual habis pada 5 Agustus 2025. Kegiatan penyuluhan kepada masyarakat mencakup materi tentang teknik pengolahan susu, diversifikasi produk, pengemasan dan pelabelan, serta strategi pemasaran digital melalui TikTok, Instagram, dan WhatsApp. Partisipasi masyarakat melibatkan warga RT 03/02, khususnya peternak sapi perah, yang aktif mengikuti penyuluhan dan diskusi peluang usaha. Data dikumpulkan melalui observasi, partisipasi, dan wawancara singkat, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk mengetahui manfaat program serta respon masyarakat.

HASIL & PEMBAHASAN

Situasi yang dihadapi oleh sebagian UMKM di Desa Cibodas dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat diidentifikasi ke dalam dua aspek kebutuhan utama. Pertama, rendahnya tingkat literasi digital menjadi kendala yang signifikan. Sebagian besar pelaku UMKM masih bergantung pada pelanggan tetap yang jumlahnya terbatas dan tidak bersifat berkelanjutan. Selain itu, kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola kreativitas berbasis perangkat digital, seperti pemanfaatan telepon seluler dan media sosial sebagai sarana promosi, masih tergolong rendah. Kondisi ini menghambat upaya perluasan pasar dan penguatan daya saing usaha. Kedua, potensi media sosial sebagai sarana pemasaran belum dimanfaatkan secara optimal. Di tengah pesatnya perkembangan era digital yang ditandai dengan meningkatnya aktivitas ekonomi berbasis daring, pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami strategi pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar serta memperkuat eksistensi usaha di ranah digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan literasi digital melalui pelatihan dan pendampingan pengelolaan media sosial secara berkelanjutan guna mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Desa Cibodas (Andini et al., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, berikut disajikan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang telah dilaksanakan.

1. Produksi dan Penjualan Produk

Program awal ini difokuskan pada pencarian kemasan yang sesuai di pasaran serta pengembangan identitas produk melalui perancangan logo dan stiker kemasan. Tujuan utama kegiatan ini adalah membangun citra merek yang bersih, profesional, dan berkualitas dengan mencantumkan informasi produk secara jelas pada kemasan, sehingga mampu meningkatkan minat beli konsumen (Camelia, 2022). Hasil perbaikan kemasan dan label pada produk “SUSU~MOO” terbukti mampu meningkatkan citra produk sekaligus membangun kepercayaan konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian Almaniar et al. (2025) yang menyatakan bahwa label kemasan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai representasi citra produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, Megananda et al. (2022) menegaskan bahwa pelatihan perbaikan label kemasan dapat meningkatkan kepatuhan informasi produk pada UMKM pangan.

Produksi olahan susu dalam program “SUSU~MOO” menunjukkan capaian yang sangat positif. Pada dua kali kegiatan produksi, seluruh produk susu dalam kemasan botol berhasil terjual habis, yaitu sebanyak 25 botol pada produksi pertama dan 40 botol pada produksi kedua. Capaian ini menunjukkan bahwa potensi pasar produk olahan susu di tingkat lokal tergolong tinggi. Keuntungan sebesar Rp86.500 yang diperoleh dari hasil penjualan mengindikasikan adanya peluang ekonomi yang menjanjikan bagi masyarakat apabila kegiatan produksi dilakukan secara berkelanjutan dan terencana.

Tingkat penyerapan pasar yang ditunjukkan melalui habis terjualnya 25 dan 40 botol susu pasteurisasi mencerminkan adanya kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar lokal (*market fit*). Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Harlia et al. (2025) yang menemukan bahwa pemanfaatan susu sebagai komoditas lokal dapat menjadi peluang ekonomi baru bagi masyarakat desa apabila dikelola secara berbasis kelompok. Selain itu, Rozci et al. (2025) menyimpulkan bahwa pendampingan teknis dalam pengelolaan usaha peternakan memberikan dampak nyata terhadap kualitas produk susu dan kesejahteraan peternak, sementara Muchammad et al. (2023) menegaskan bahwa inovasi olahan susu berkontribusi signifikan dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi. Menurut Kotler dan Keller (2016), keberhasilan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas intrinsiknya, tetapi juga oleh tingkat penerimaan konsumen di pasar. Oleh karena itu, fakta bahwa produk “SUSU~MOO” habis terjual dalam dua kali uji produksi memperkuat bukti adanya daya tarik pasar yang kuat terhadap produk lokal berbasis potensi desa.

2. Penyuluhan dan Edukasi

Kegiatan penyuluhan yang diberikan kepada masyarakat mencakup materi pengolahan susu, teknik pengemasan produk, serta strategi pemasaran modern. Peserta menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung, bahkan sebagian masyarakat terdorong untuk mencoba mengolah susu secara mandiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan tidak hanya meningkatkan pengetahuan

teknis, tetapi juga berhasil menumbuhkan motivasi kewirausahaan berbasis potensi lokal.

Susu dapat dikonsumsi secara langsung maupun diolah menjadi berbagai produk turunan. Namun, apabila susu segar tidak dikelola dengan baik, hal tersebut dapat memicu pertumbuhan mikroba yang berdampak pada kualitas dan keamanan produk. Oleh karena itu, pengolahan susu bertujuan untuk menghasilkan produk berkualitas dengan kandungan gizi yang optimal, memperlancar distribusi dan pemasaran, serta meningkatkan nilai ekonomi dan efisiensi bahan baku (Zahra et al., 2025). Sejalan dengan temuan Prasetyo dan Susanti (2021), kegiatan edukasi yang berbasis praktik nyata terbukti mampu meningkatkan keterampilan sekaligus mengubah pola pikir masyarakat dalam memanfaatkan potensi lokal. Dengan demikian, penyuluhan dalam program ini tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat dalam menciptakan peluang usaha baru.

3. Respon Masyarakat

Respons masyarakat terhadap program “SUSU~MOO” menunjukkan hasil yang sangat positif. Produk olahan susu tidak lagi dipandang semata sebagai konsumsi harian, melainkan sebagai komoditas yang memiliki nilai tambah ekonomi. Masyarakat Desa Cibodas mulai menyadari bahwa susu tidak hanya bernilai sebagai bahan mentah, tetapi dapat diolah menjadi produk bernilai jual tinggi. Partisipasi aktif dan antusiasme masyarakat ini menjadi indikator penting keberhasilan program pemberdayaan, sebagaimana ditegaskan oleh Muchammad et al. (2023) bahwa keterlibatan masyarakat merupakan faktor kunci dalam pengembangan UMKM. Kondisi tersebut menunjukkan kesiapan masyarakat dalam mendukung lahirnya usaha baru berbasis olahan susu serta membuka peluang kemandirian ekonomi desa dalam jangka panjang.

Sejalan dengan hal tersebut, Lestari dan Yuliani (2023) menyatakan bahwa keberhasilan program pemberdayaan ditandai oleh munculnya inovasi produk lokal serta tumbuhnya rasa bangga masyarakat terhadap potensi desa. Selain itu, Zakiyah et al. (2023) menekankan pentingnya pemanfaatan media sosial dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital. Hal ini relevan dengan pelaksanaan penyuluhan pemasaran digital dalam program “SUSU~MOO” yang membekali masyarakat dengan keterampilan memanfaatkan platform TikTok, Instagram, dan WhatsApp sebagai media promosi produk secara efektif dan berkelanjutan.

4. Penerapan Pemasaran Digital

Selain aspek produksi dan edukasi, program ini juga memperkenalkan pemasaran digital sebagai strategi pengembangan usaha kepada masyarakat. Sebelum pelaksanaan program, pemasaran susu masih bergantung pada pengepul sehingga jangkauan pasar relatif terbatas. Melalui kegiatan pendampingan, masyarakat mulai memahami bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas sekaligus membangun identitas merek lokal. Pemasaran digital dinilai strategis karena tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga memperkuat citra dan daya saing produk olahan susu di pasar.

Hal ini sejalan dengan temuan Armadhani dan Amanah (2025) yang menyatakan bahwa alur komunikasi pemasaran yang sistematis melalui model AIDA memudahkan

konsumen memahami produk hingga tahap pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, Nisa et al. (2024) menegaskan bahwa digital branding berbasis e-commerce mampu memperluas akses pasar UMKM secara signifikan, sementara Polije (2024) melaporkan bahwa digitalisasi UMKM produk susu berdampak pada peningkatan penjualan serta perluasan jangkauan konsumen, baik di tingkat lokal maupun luar daerah. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), pemasaran digital memungkinkan usaha kecil dan menengah bersaing dengan pelaku usaha berskala lebih besar melalui efisiensi biaya promosi. Dengan adanya pelatihan pemasaran digital, masyarakat Desa Cibodas kini memiliki bekal pengetahuan dan keterampilan untuk memperluas jaringan konsumen serta memperkuat branding produk susu secara berkelanjutan.

5. Dampak Program dan Pembelajaran Mahasiswa

Bagi mahasiswa, program “SUSU~MOO” menjadi pengalaman pembelajaran yang bernilai dalam pengembangan kewirausahaan, mulai dari tahapan produksi, pengemasan, branding, hingga distribusi produk. Keterlibatan langsung mahasiswa dalam seluruh proses tersebut sejalan dengan tujuan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) sebagai wahana pembelajaran sosial dan penerapan ilmu pengetahuan secara kontekstual di tengah masyarakat. Melalui program ini, mahasiswa tidak hanya memahami konsep kewirausahaan secara teoritis, tetapi juga mengasah kemampuan praktis dalam menghadapi dinamika usaha berbasis potensi lokal.

Hal ini diperkuat oleh temuan Adi et al. (2023) yang menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam proyek pemberdayaan UMKM mampu meningkatkan soft skills sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat. Mubarak (2024) juga menyimpulkan bahwa organisasi kemahasiswaan berperan efektif dalam pengembangan keterampilan manajerial, komunikasi, dan kerja tim. Selaras dengan itu, penelitian Desi Indriani Rahma Wati (2023) di UINSU menunjukkan bahwa partisipasi aktif mahasiswa dalam organisasi secara signifikan meningkatkan kemampuan komunikasi, kepemimpinan, kolaborasi tim, serta manajemen waktu. Dengan demikian, program “SUSU~MOO” tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas Desa Cibodas sebagai sentra potensial pengolahan susu di Kecamatan Pacet. Mahasiswa memperoleh pengalaman belajar yang autentik dan aplikatif, sementara masyarakat mendapatkan peningkatan wawasan terkait teknologi pangan, diversifikasi produk, dan pemasaran digital secara berkelanjutan.

6. Integrasi Keberlanjutan Program

Secara keseluruhan, program “SUSU~MOO” terbukti mampu meningkatkan keterampilan masyarakat dalam pengolahan susu, memperluas wawasan mengenai pemasaran digital, serta membuka peluang terbentuknya UMKM berbasis olahan susu. Integrasi antara kegiatan produksi, edukasi, pemasaran, dan dukungan aktif masyarakat menjadi faktor kunci keberhasilan program ini dalam mendorong pemanfaatan potensi lokal secara produktif dan berkelanjutan.

Sejalan dengan pandangan Kotler et al. (2020), keberlanjutan suatu usaha sangat ditentukan oleh kemampuan mengintegrasikan berbagai aspek, mulai dari kualitas produk, strategi pemasaran, hingga partisipasi masyarakat. Temuan Santoso dan Hidayat (2022) juga menegaskan bahwa keberlanjutan UMKM sangat dipengaruhi oleh tingkat

adopsi teknologi digital, khususnya dalam pemasaran berbasis media sosial. Hal ini selaras dengan kegiatan penyuluhan yang diberikan dalam program “SUSU~MOO”, yaitu pemanfaatan platform TikTok, Instagram, dan WhatsApp sebagai sarana promosi, yang memungkinkan perluasan jangkauan pasar secara lebih efektif dan tidak terbatas pada lingkungan lokal.

Lebih lanjut, Putra et al. (2023) menyatakan bahwa keberlanjutan program pemberdayaan sangat dipengaruhi oleh dukungan pemerintah desa serta kolaborasi antar pemangku kepentingan, termasuk akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat lokal. Program “SUSU~MOO” telah menunjukkan embrio kolaborasi tersebut melalui sinergi antara mahasiswa, masyarakat, dan perangkat desa. Apabila pola kolaborasi ini terus diperkuat melalui dukungan kelembagaan dan pendampingan berkelanjutan, maka Desa Cibodas memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi sentra UMKM olahan susu yang berdaya saing tinggi di wilayah Kecamatan Pacet.

KESIMPULAN

Program PKM pengolahan susu menjadi produk bernilai tambah “SUSU~MOO” di Kampung Selajambu, Desa Cibodas, telah terlaksana dengan baik melalui rangkaian kegiatan produksi, penjualan, dan penyuluhan kepada masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh produk susu botol yang diproduksi berhasil terjual habis, membuktikan adanya peluang pasar yang potensial. Selain itu, penyuluhan yang diberikan mampu menambah wawasan masyarakat mengenai diversifikasi produk, pengemasan yang menarik, serta strategi pemasaran modern. Program ini memberikan manfaat ganda, yaitu peningkatan keterampilan masyarakat dalam mengolah susu serta pengalaman kewirausahaan bagi mahasiswa.

Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa potensi susu sapi di Desa Cibodas dapat dikembangkan menjadi produk bernilai tambah yang tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas desa sebagai sentra pengolahan susu. Untuk menjaga keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan, dukungan pemerintah desa berupa pelatihan dan permodalan, serta pembentukan kelompok usaha bersama agar UMKM berbasis olahan susu dapat tumbuh secara mandiri dan memiliki daya saing di pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaniar, A., Sari, D. P., & Wahyuni, T. (2025). Label kemasan sebagai citra produk dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian UMKM pangan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 55–66.
- Andini, A., Prasetyo, A., & Laily, N. (2025). Optimalisasi kapasitas UMKM melalui literasi digital untuk peningkatan daya saing usaha desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 7(1), 15–27.
- Armadhani, R., & Amanah, S. (2025). Efektivitas komunikasi pemasaran digital UMKM menggunakan model AIDA. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 33–45.

- Camelia, R., & Hidayat, R. (2022). Perbaikan desain kemasan produk untuk meningkatkan minat beli UMKM pangan. *Jurnal Agroindustri Halal*, 8(2), 101–110.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing strategy, implementation, and practice. *Journal of Marketing Management*, 35(17–18), 1505–1508.
- Harlia, L., Putri, M. A., & Nugroho, B. (2025). Pemanfaatan limbah susu sebagai peluang ekonomi desa berbasis kelompok usaha. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 44–54.
- Intyas, C. A., Putritamara, J. A., & Haryati, N. (2022). *Dinamika agrobisnis era VUCA: Volatility, uncertainty, complexity, ambiguity*. Universitas Brawijaya Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). The evolution of marketing management. *Journal of Marketing Management*, 32(1–2), 1–4.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2020). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Lestari, S., & Yuliani, D. (2023). Keberhasilan program pemberdayaan UMKM berbasis inovasi produk lokal desa. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 21(2), 145–156.
- Megananda, R., Putra, H., & Astuti, W. (2022). Pelatihan perbaikan label kemasan untuk kepatuhan informasi produk UMKM pangan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 210–219.
- Muchammad, M., Rahayu, S., & Widodo, T. (2023). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan UMKM berbasis olahan susu. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(1), 25–36.
- Mubarak, A. (2024). Organisasi kemahasiswaan sebagai wahana pengembangan soft skills manajerial dan kerja tim. *Jurnal Pendidikan Tinggi dan Pengabdian*, 4(1), 60–70.
- Nareswari, A. K., Azkia, N. N., Pramesti, N. A., & Ningrum, N. K. (2025). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pengolahan susu sapi bernilai tambah di Desa Nogosaren. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(3), 1101–1110.
- Nisa, K., Rahman, A., & Putri, L. (2024). Digital branding berbasis e-commerce untuk perluasan akses pasar UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 134–146.
- Prasetyo, D., & Susanti, E. (2021). Edukasi kewirausahaan berbasis praktik bagi UMKM lokal. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 97–106.
- Putra, R. A., Wijaya, A., & Handayani, S. (2023). Keberlanjutan program pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal. *Jurnal Pembangunan Wilayah*, 7(2), 88–99.
- Rohaenah, S. H., Wijayanti, S. W., Munawar, W., Ekoresti, S. N., Rubyasih, A., & Komarudin, M. (2023). Pemberdayaan ekonomi melalui inovasi bisnis kopi BUMDes Jaya Laksana di Desa Wates Jaya. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 93–98.
- Rozci, A., Lestari, D., & Kurniawan, Y. (2025). Pelatihan pakan sapi perah untuk peningkatan produktivitas usaha ternak rakyat. *Jurnal Peternakan Terapan*, 6(1), 12–22.
- Santoso, B., & Hidayat, T. (2022). Keberlanjutan UMKM berbasis digital di era ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 77–87.
- Shofa, A. (2025). Penguatan lima modal livelihood melalui UMKM olahan susu: Analisis sustainable livelihoods framework. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 4(4), 390–404.

- Wati, D. I. R. (2023). Peran organisasi kemahasiswaan dalam pengembangan kepemimpinan dan keterampilan manajerial mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Organisasi*, 5(2), 89–98.
- Zakiah, N., Fitria, R., & Amalia, D. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 201–212.
- Zahra Nafizha Amani, Z., Ramadhan, I., Effendy, M. W., Khansa, S. I., Pasha, A. F., Aryadapta, R. S., & Putra, H. B. P. (2025). Inovasi pengolahan susu sebagai strategi peningkatan nilai tambah produk peternak. *Jurnal Teknologi Hasil Ternak*, 14(1), 1–11.