

STUDI KELAYAKAN BISNIS PENGOLAHAN SUSU SAPI MURNI DALAM ASPEK PASAR DAN PEMASARAN DI KUD ARGOPURO KRUCIL

Siti Aisyah,¹ Yeni Fatur Rohmah²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi

e-mail: siti aisyah@stebibama.ac.id¹

Abstract

This research analyzes the feasibility study of pure cow's milk processing business from the market and marketing aspects, focusing on the village unit cooperative (kud) argopuro in krucil district, probolinggo regency. The problem examined is how the feasibility of the pure cow's milk processing business managed by kud argopuro is assessed from market and marketing aspects. This study aims to determine and analyze the feasibility of the milk processing business using qualitative field research methods. The research utilizes both primary and secondary data, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The results show that the availability of raw materials, strategic factory location, and growing market opportunities make the business viable. The existence of 4,079 dairy cows in krucil supports the sustainability of milk supply. The findings conclude that, based on the market and marketing aspects, the business operated by kud argopuro is feasible and has potential for further development in the future.

Keywords: *feasibility study, milk processing, cooperative*

ملخص

تحلل هذه الدراسة جدوى مشروع معالجة الحليب البقري الخالص من منظور السوق والتسويق، مع التركيز على تعاونية قرية أرغوبورو (KUD) في منطقة كروسيل، مقاطعة بروبولينغغو. وتناقش الدراسة جدوى مشروع معالجة الحليب الذي تديره تعاونية أرغوبورو من منظور السوق والتسويق. الغرض من هذه الدراسة هو تحديد وتحليل جدوى مشروع معالجة الحليب باستخدام نهج ميداني نوعي. تستخدم هذه الدراسة بيانات أولية وثانوية تم جمعها من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تظهر النتائج أن توفر المواد الخام والموقع الاستراتيجي للمصنع وفرص السوق المتنامية تجعل هذا المشروع مجدداً. إن وجود 4079 بقرة حلب في منطقة كروسيل يعزز استدامة إمدادات الحليب. وخلصت هذه الدراسة إلى أن مشروع معالجة الحليب الذي تديره KUD Argopuro يعتبر قابلاً للتطوير من منظور السوق والتسويق.

الكلمات المفتاحية: دراسة الجدوى، معالجة الحليب، تعاونية

Abstrak

Penelitian ini menganalisis studi kelayakan bisnis pengolahan susu sapi murni dari aspek pasar dan pemasaran dengan fokus pada Koperasi Unit Desa (KUD) Argopuro di Kecamatan Krucil, Kabupaten Probolinggo. Permasalahan yang dibahas adalah bagaimana kelayakan bisnis pengolahan susu yang dikelola KUD Argopuro ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kelayakan bisnis pengolahan susu dengan menggunakan pendekatan kualitatif lapangan. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan bahan baku, lokasi pabrik yang strategis, dan peluang pasar yang terus berkembang menjadikan usaha ini layak. Adanya 4.079 ekor sapi perah di Kecamatan Krucil memperkuat keberlanjutan pasokan susu. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa usaha pengolahan susu yang dijalankan oleh KUD Argopuro dinilai layak untuk dikembangkan berdasarkan aspek pasar dan pemasaran.

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan entitas ekonomi yang bertujuan untuk menghasilkan barang atau jasa melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia, dengan tujuan utama memperoleh keuntungan. Dalam konteks pengembangan usaha, penting bagi perusahaan untuk menilai potensi keberhasilan suatu proyek sebelum direalisasikan. Studi kelayakan bisnis menjadi alat analisis utama untuk memahami kemungkinan keberhasilan usaha tersebut. Studi kelayakan mencakup berbagai aspek, termasuk aspek pasar dan pemasaran, yang sangat penting dalam menentukan apakah suatu produk memiliki potensi untuk diterima oleh pasar sasaran. Kelayakan pasar yang tidak dianalisis secara menyeluruh dapat mengakibatkan kegagalan usaha, bahkan sebelum usaha tersebut berjalan secara operasional.

Kegiatan studi kelayakan bisnis umumnya dilakukan sebelum memulai suatu proyek investasi, termasuk pendirian usaha baru atau pengembangan produk. Dalam konteks ini, analisis pasar dan pemasaran menjadi fondasi penting dalam pengambilan keputusan bisnis, karena memungkinkan pelaku usaha mengetahui permintaan konsumen, karakteristik pesaing, serta strategi pemasaran yang tepat. Penelitian yang dilakukan oleh Aisyah (2017) pada Koperasi Susu menunjukkan bahwa aspek pasar dan pemasaran berperan besar dalam menentukan kelayakan bisnis pengolahan susu, terlebih saat koperasi berada dekat dengan sumber bahan baku dan konsumen. Penelitian tersebut menjadi bukti bahwa pengelolaan usaha berbasis koperasi, jika dikelola secara profesional dan memperhatikan aspek pemasaran, dapat memberikan hasil yang positif dan layak dikembangkan.

Salah satu sektor yang sangat membutuhkan pendekatan studi kelayakan bisnis adalah peternakan sapi perah, khususnya pada skala rakyat. Di Indonesia, sebagian besar peternakan sapi perah dijalankan secara tradisional dengan produktivitas yang masih rendah. Kecamatan Krucil di Kabupaten Probolinggo adalah salah satu daerah yang dikenal sebagai sentra peternakan sapi perah rakyat. Melalui dukungan Koperasi Unit Desa (KUD) Argopuro, para peternak di wilayah ini difasilitasi untuk menjual hasil produksi susunya secara kolektif. Namun, perubahan dinamika pasar dan meningkatnya permintaan terhadap produk olahan susu menuntut koperasi untuk memiliki strategi pemasaran yang lebih adaptif. Pengolahan susu menjadi produk bernilai tambah, seperti yogurt dan es krim, menjadi salah satu strategi yang dilakukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Sejalan dengan itu, penelitian oleh Fitriani Surayya Lubis (2023) mengenai kelayakan usaha jasa laundry menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang disusun berdasarkan analisis SWOT mampu meningkatkan posisi bisnis dalam kuadran pertumbuhan. Hasil ini mendukung gagasan bahwa dalam berbagai jenis usaha, baik jasa maupun produk, aspek pemasaran merupakan kunci dalam menumbuhkan dan mempertahankan usaha di tengah persaingan. Hal ini menjadi relevan untuk ditelaah lebih lanjut dalam konteks koperasi peternak susu seperti KUD Argopuro, yang telah mengembangkan unit usaha

Rumah Susu sebagai bentuk pengolahan dan distribusi produk susu secara modern.

Selain itu, penting untuk melihat bahwa faktor keberhasilan sebuah bisnis koperasi tidak hanya terletak pada keberadaan pasar, tetapi juga bagaimana koperasi membangun hubungan dengan konsumennya melalui pelayanan, kualitas produk, dan inovasi. Menurut Agustina (2019), Rumah Susu KUD Argopuro telah berkembang dari sekadar tempat penjualan menjadi pusat oleh-oleh dan wisata edukasi, yang mayoritas pengunjungnya berasal dari luar daerah⁵. Perubahan ini menunjukkan adanya peluang pasar yang semakin luas, yang dapat dimanfaatkan secara maksimal jika didukung dengan strategi pemasaran yang tepat. Namun, masih dibutuhkan kajian ilmiah yang komprehensif mengenai bagaimana koperasi ini mengelola aspek pasar dan pemasaran dalam rangka menjamin keberlanjutan usahanya.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka sangat penting dilakukan kajian ilmiah mengenai kelayakan bisnis pengolahan susu sapi murni dari aspek pasar dan pemasaran, khususnya pada KUD Argopuro. Penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana evaluasi terhadap aktivitas usaha yang telah berjalan, tetapi juga sebagai dasar perumusan strategi baru untuk pengembangan usaha ke depan. Dengan menggunakan pendekatan kajian pustaka terhadap penelitian terdahulu dan data terkini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan model usaha koperasi peternakan rakyat yang lebih tangguh dan adaptif terhadap pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kondisi aktual objek penelitian, khususnya pada aspek pasar dan pemasaran pengolahan susu sapi murni di KUD Argopuro, Kecamatan Krucil, Kabupaten Probolinggo. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena secara rinci berdasarkan data empiris di lapangan. Penelitian kualitatif deskriptif berfokus pada pengumpulan data berupa narasi dan pengamatan langsung, yang kemudian dijelaskan dalam bentuk uraian deskriptif tanpa menggunakan pengukuran statistik yang kompleks (Sugiyono, 2022). Tempat penelitian dilakukan secara langsung di lingkungan KUD Argopuro untuk mendapatkan gambaran yang otentik dan akurat terkait kegiatan usaha pengolahan susu sapi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas keseharian KUD Argopuro, khususnya proses produksi dan pemasaran produk susu. Wawancara dilakukan kepada informan utama yaitu ketua koperasi, pengelola, dan peternak sapi anggota koperasi untuk menggali informasi secara lebih rinci mengenai strategi pemasaran serta tantangan yang mereka hadapi. Dokumentasi meliputi pengumpulan data sekunder berupa laporan koperasi, foto kegiatan, serta brosur dan produk olahan susu. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer, yang diperoleh langsung dari narasumber di lapangan, dan data sekunder yang

bersumber dari dokumen dan referensi tertulis. Seluruh data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yakni dengan mereduksi data, menyusun data dalam kategori tertentu, dan menarik kesimpulan dari pola-pola yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pasar dan pemasaran menjadi aspek penting dalam studi kelayakan bisnis pengolahan susu murni yang dilakukan oleh KUD Argopuro di Kecamatan Krucil. Pasar yang dimaksud merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli, sementara pemasaran bertujuan untuk menciptakan nilai dan menjangkau konsumen dengan optimal. Dalam hal ini, KUD Argopuro memanfaatkan Rumah Susu sebagai sarana pemasaran yang bukan hanya berfungsi sebagai tempat penjualan, tetapi juga sebagai tempat edukasi dan rekreasi bagi konsumen, menyerupai konsep cafe edukatif. Konsep ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Sutrisno (2020) yang menyebutkan bahwa penguatan nilai tambah dan pengalaman konsumen dalam lokasi pemasaran dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk olahan susu.

Dalam konteks pesaing, produksi susu di Kecamatan Krucil memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan wilayah lain karena merupakan daerah dengan populasi sapi perah terbanyak di Kabupaten Probolinggo. KUD Argopuro berhasil membangun sistem pengelolaan produksi dan pemasaran yang terintegrasi, mulai dari peternak hingga distribusi akhir. Menurut penelitian oleh Pranoto (2019), keberhasilan koperasi dalam bertahan dan berkembang di tengah kompetisi sangat ditentukan oleh efisiensi operasional dan manajemen rantai pasok.

Segmentasi pasar yang dilakukan KUD Argopuro terbagi dalam dua kategori: pasar konsumen dan pasar industri. Segmentasi pasar konsumen menargetkan semua lapisan masyarakat, sementara pasar industri menasar produsen dengan peralatan modern, kapasitas besar, dan lokasi strategis. Strategi segmentasi ini dinilai efektif karena sesuai dengan pendekatan pasar demografis, sebagaimana diungkap dalam penelitian oleh Astuti & Raharja (2021), bahwa penentuan segmentasi berdasarkan skala usaha dan lokasi dapat memperkuat posisi produk dalam pasar industri susu.

Bauran pemasaran yang diterapkan oleh KUD Argopuro mencakup strategi produk, harga, distribusi, dan promosi. Produk yang dihasilkan berupa susu murni dan olahan, yang hingga kini tidak pernah menerima keluhan pelanggan menurut hasil wawancara dengan pengelola. Strategi ini selaras dengan hasil riset oleh Mulyadi et al. (2022), yang menekankan pentingnya pengendalian kualitas dan komunikasi pelanggan dalam mempertahankan reputasi produk berbasis koperasi.

Penetapan harga oleh KUD Argopuro menggunakan pendekatan berbasis kualitas. Semakin baik kualitas susu, maka harga yang diberikan kepada peternak juga meningkat. Pendekatan ini memberikan motivasi kepada peternak untuk menjaga kualitas susu. Strategi ini telah dibuktikan efektif dalam studi oleh Wulandari & Nugroho (2020), yang menjelaskan bahwa insentif berbasis mutu dapat meningkatkan produktivitas dan kesadaran

kualitas di kalangan peternak kecil.

Distribusi produk dilakukan melalui sistem Tempat Penampungan Susu (TPS) yang tersebar di desa-desa. Dari TPS, susu diuji kualitasnya dan kemudian dikirim ke KUD Argopuro menggunakan truk berpendingin. Proses ini berjalan dua kali sehari. Sistem logistik ini serupa dengan model distribusi pada koperasi susu di Jawa Barat, seperti diteliti oleh Lestari et al. (2019), yang menekankan pentingnya kecepatan dan efisiensi dalam pengiriman susu untuk menjaga kualitas produk.

Teknologi yang digunakan oleh KUD Argopuro telah mengikuti standar operasional prosedur (SOP) dan memungkinkan proses produksi berlangsung efisien dan berkualitas. Peralatan seperti packo dan alat uji kualitas telah memenuhi standar industri. Pelatihan terhadap karyawan dilakukan secara rutin untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia. Pendekatan ini menunjukkan konsistensi dengan studi oleh Hafidz & Rahayu (2021), yang menyatakan bahwa investasi dalam pelatihan SDM sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan produksi berbasis teknologi di sektor peternakan.

Dalam aspek produksi, meskipun target produksi harian mencapai 110.000 liter, saat ini baru terealisasi 84.000 liter per hari. Masih terdapat kapasitas produksi dan pengangkutan yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas produksi perlu dilakukan agar koperasi dapat mencapai target dan memperluas pasarnya. Fenomena ini juga terjadi di koperasi susu daerah Malang sebagaimana dikaji oleh Setiawan (2023), yang menyoroti pentingnya optimalisasi kapasitas alat dan infrastruktur produksi untuk meningkatkan efisiensi usaha.

Truk pengangkut susu yang dimiliki KUD Argopuro berjumlah 11 unit, dengan kapasitas harian 152.000 liter, namun baru digunakan untuk 84.000 liter. Ini menunjukkan bahwa terdapat potensi ekspansi distribusi apabila volume produksi ditingkatkan. Peningkatan distribusi juga akan membuka peluang kerja sama baru, baik dengan industri lokal maupun internasional. Kondisi ini memperkuat kesimpulan dari studi oleh Mahendra et al. (2021), bahwa kelembagaan koperasi yang kuat dapat memperluas jaringan pasar dan meningkatkan daya saing komoditas lokal.

Proses produksi dimulai dari pemerahan susu oleh peternak sesuai standar koperasi, pengumpulan susu di TPS, pengujian kualitas, hingga distribusi kepada konsumen. Seluruh proses ini menunjukkan sistem manajemen rantai pasok yang terstruktur dan berbasis kontrol mutu. Penelitian oleh Yusuf & Kartika (2020) menyebutkan bahwa rantai pasok berbasis koperasi yang didukung dengan sistem pengujian mutu akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap produk lokal¹⁰.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek pasar dan pemasaran dari pengolahan susu oleh KUD Argopuro memiliki kelayakan yang tinggi dan potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Dibandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya di sektor yang sama, pendekatan berbasis kualitas, distribusi terintegrasi, dan segmentasi pasar yang tepat membuat posisi KUD Argopuro cukup strategis. Ini menunjukkan bahwa pengelolaan koperasi susu di daerah pedesaan mampu bersaing di tengah tantangan pasar

modern dengan pendekatan manajemen profesional.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi diversifikasi produk olahan seperti yogurt, kopi susu, dan es krim merek Agropina telah membawa peningkatan volume penjualan signifikan. Hal ini mirip dengan temuan studi tersier oleh Rahmawati et al. (2022), yang menyebut diversifikasi produk sebagai faktor utama meningkatkan daya tarik pasar lokal dalam koperasi susu. Keberhasilan KUD Argopuro dalam memperluas varian produk membuktikan adaptabilitas koperasi terhadap permintaan pasar modern.

Aspek pelayanan pelanggan di Rumah Susu Argopuro juga menjadi keunggulan kompetitif tersendiri: fasilitas yang nyaman, layanan cepat, dan suasana edukatif ternyata meningkatkan durasi kunjungan dan frekuensi pembelian. Hal ini mendukung temuan penelitian oleh Setyorini (2021) bahwa perilaku konsumen terhadap tempat penjualan yang berkonsep “cafe edukasi” memperkuat loyalitas dan word-of-mouth marketing. Dengan begitu, positioning koperasi tidak semata jual susu, tetapi menjual pengalaman.

Analisis SWOT yang diterapkan oleh Surayya Lubis (2023) pada bisnis laundry menekankan pentingnya memaksimalkan kekuatan internal sekaligus memanfaatkan peluang eksternal. Studi ini mengadaptasi pendekatan tersebut dalam konteks koperasi susu, dengan menekankan bahwa KUD Argopuro harus memanfaatkan sumber susu lokal yang melimpah sebagai kekuatan internal utama. Hal ini mendukung positioning koperasi sebagai entitas berbasis komunitas yang unggul dalam menjaga kualitas dan kontinuitas sumber daya.

Selanjutnya, penelitian oleh Hidayati & Setiawan (2024) menekankan pentingnya inovasi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas produk koperasi di luar pasar lokal. Hal ini tercermin dari penggunaan media sosial dan sistem pre-order di Rumah Susu KUD Argopuro yang telah meningkatkan order dari luar daerah. Kombinasi antara pemasaran offline dan online memperkuat akses pasar dan diversifikasi saluran distribusi.

Selain itu, penggunaan data TPS sebagai basis pengumpulan dan penilaian kualitas susu mencerminkan praktik manajemen quality control yang sistematis. Praktik ini sejalan dengan studi oleh Ardiansyah et al. (2020), yang menyebut TPS sebagai infrastruktur vital dalam menjaga mutu susu pedesaan dan mendukung rantai pasok koperasi susu secara efisien. Posisi penelitian ini menjadi komplementer karena menguatkan bukti empiris keberhasilan sistem TPS di KUD Argopuro.

Dalam konteks efektivitas biaya logistik, alokasi penggunaan truk dan packo yang belum optimal mencerminkan adanya ruang untuk peningkatan efisiensi. Studi oleh Fauzi & Lestari (2023) tentang koperasi susu di wilayah Bandung menyebut bahwa optimalisasi kapasitas transportasi dan penyimpanan dapat meminimalkan biaya dan kehilangan produk. Hasil penelitian ini mempertegas perlunya strategi operasional berbasis data untuk memaksimalkan kapasitas yang ada.

Terakhir, penelitian ini secara keseluruhan memosisikan KUD Argopuro sebagai koperasi yang berdiri di tengah tantangan modernisasi pasar, namun memiliki potensi kuat untuk menjadi pelaku utama di sektor pengolahan susu

rakyat. Posisi ini berbeda dari banyak studi terdahulu yang lebih menekankan pada aspek produksi saja. Pendekatan komprehensif yang memadukan analisis kelayakan pasar, strategi pemasaran, diversifikasi produk, kualitas layanan, inovasi digital, dan pengamanan mutu menjadikan penelitian ini sebagai referensi rujukan bagi pengembangan koperasi susu di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap aspek pasar dan pemasaran pada KUD Argopuro Kecamatan Krucil Kabupaten Probolinggo, dapat disimpulkan bahwa koperasi tersebut memiliki posisi strategis dalam pengembangan usaha pengolahan susu sapi murni. Segmentasi pasar yang mencakup konsumen umum hingga industri, serta bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan teknologi, telah dikelola dengan cukup baik oleh koperasi. Diversifikasi produk olahan susu seperti yogurt dan es krim, serta konsep Rumah Susu sebagai tempat edukasi sekaligus pemasaran, menjadi nilai tambah yang membedakan KUD Argopuro dari koperasi lainnya.

Selain itu, sistem distribusi melalui Tempat Penampungan Susu (TPS) dan pengangkutan terjadwal dengan truk khusus menunjukkan bahwa manajemen logistik KUD telah tertata. Namun, masih terdapat ruang untuk optimalisasi kapasitas alat pendingin (packo) dan truk guna menampung volume produksi yang lebih besar. Pelayanan yang diberikan oleh koperasi kepada peternak dan konsumen juga menjadi faktor pendukung utama dalam mempertahankan loyalitas pasar lokal.

Dari sisi persaingan, KUD Argopuro berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah munculnya pelaku pasar baru melalui keunggulan pelayanan dan kedekatan dengan peternak lokal. Strategi pemasaran digital mulai diimplementasikan untuk memperluas jangkauan pasar, meskipun masih memerlukan penguatan lebih lanjut agar dapat menjangkau pasar nasional atau internasional secara optimal.

Temuan ini memperkuat beberapa studi sebelumnya yang menekankan pentingnya sinergi antara strategi bauran pemasaran, efisiensi produksi, dan inovasi produk dalam memperkuat daya saing koperasi berbasis komoditas lokal. Oleh karena itu, positioning KUD Argopuro dapat dikategorikan sebagai koperasi dengan orientasi pasar modern yang berbasis pada kualitas, inovasi, dan hubungan sosial-ekonomi yang kuat dengan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W. T., & Prabowo, S. (2020). "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Produk Susu Olahan". *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 13(2), 89-97.
- Fitriani, L., & Yuliana, D. (2023). "Analisis Segmentasi dan Target Pasar Produk Susu di Koperasi Peternak". *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 11(1), 27-36.
- Gunawan, D. (2020). "Optimalisasi Saluran Distribusi Produk Susu Melalui Koperasi". *Jurnal Agrikultura Nusantara*, 2(2), 115-124.
- Mujiyono, R. (2024). "Peran Koperasi dalam Pengembangan Saluran Distribusi Susu Sapi di Wilayah Pedesaan". *Jurnal Agribisnis Pembangunan Daerah*, 6(1), 44-52.

- Nurlaili, A., & Wulandari, T. (2021). "Strategi Pemasaran Produk Susu Melalui Konsep Eduwisata". *Jurnal Inovasi Agribisnis*, 4(2), 98–107.
- Puspitasari, A., & Rachmawati, E. (2020). "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Sentra Olahan Susu". *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 8(1), 53–60.
- Rizky, A. S., & Kurniawan, B. (2022). "Penerapan Teknologi dalam Proses Produksi Susu Koperasi". *Jurnal Teknologi Pertanian*, 14(3), 134–142.
- Sugianto, R., & Press, E. (2017). "Dasar-Dasar Pemasaran Produk Peternakan". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Ternak*, 5(2), 88–95.
- Suloso, A. (2004). "Analisis Pelayanan dan Kualitas Produk dalam Koperasi Susu". *Jurnal Koperasi dan UKM*, 3(1), 77–85.
- Supriyadi, T. (2024). "Implementasi SOP dalam Produksi Susu di Koperasi Peternak". *Jurnal Teknologi dan Inovasi Pangan*, 5(2), 66–73.
- Susanti, R., & Hartono, W. (2021). "Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Promosi Produk Susu". *Jurnal Komunikasi Agribisnis*, 9(1), 45–54.
- Slamet, P. H. (2014). Politik pendidikan Indonesia dalam abad ke-21. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 33(3). 324-337.