

Optimalisasi kapasitas produksi dan penjualan melalui penerapan alat pasteurisasi dan digital marketing pada usaha bersama susu Desa Clumprit Malang

Kristina Sedyastuti¹, Sri Wilujeng¹, Hari Lugis Purwanto², Supami Wahyu Setiyowati¹, Asna¹

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

²Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

Penulis korespondensi : Kristina Sedyastuti

E-mail : kristina@unikama.ac.id

Diterima: 09 Oktober 2025 | Direvisi 25 November 2025 | Disetujui: 26 November 2025 | Online: 31 November 2025

© Penulis 2025

Abstrak

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Susu Clumprit di Desa Clumprit, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang, adalah kelompok usaha yang memproduksi susu sapi murni. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah kapasitas produksi dan tingkat penjualan yang rendah yang diakibatkan proses produksi yang masih konvensional serta terbatasnya strategi pemasaran. Proses pasteurisasi dilakukan menggunakan panci dan kompor tanpa monitoring suhu sehingga menyebabkan kualitas susu tidak konsisten, sedangkan penjualan yang hanya dititipkan di warung sekitar menjadikan penghambat perluasan pasar. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan penjualan melalui penerapan teknologi tepat guna dan strategi pemasaran digital. Mitra sasaran adalah seluruh anggota KUBE Susu Clumprit yang berjumlah 10 orang. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan dan demonstrasi penggunaan alat pasteurisasi yang dilengkapi monitoring suhu, pelatihan penggunaan alat cup sealer, serta pendampingan penerapan digital marketing melalui media sosial dan marketplace. Hasil implementasi teknologi dan digital marketing melalui kegiatan pengabdian ini menunjukkan terjadi peningkatan kapasitas produksi dan jumlah penjualan susu siap minum sebesar dua kali lipat dari sebelumnya.

Kata kunci: pasteurisasi; *digital marketing*; KUBE susu clumprit

Abstract

The Clumprit Milk Joint Business Group (KUBE) in Clumprit Village, Pagelaran District, Malang Regency, is a business group that produces pure cow's milk. The main problems faced by partners are low production capacity and sales levels due to conventional production processes and limited marketing strategies. The pasteurization process is carried out using pans and stoves without temperature monitoring, resulting in inconsistent milk quality, while sales are only consigned to nearby stalls, which hinders market expansion. This community service activity aims to increase production and sales capacity through the application of appropriate technology and digital marketing strategies. The target partners are all 10 members of the Clumprit Milk KUBE. The implementation method includes training and demonstrations on the use of pasteurization equipment equipped with temperature monitoring, training on the use of cup sealers, and assistance in implementing digital marketing through social media and marketplaces. The results of implementing technology and digital marketing in this program show a twofold increase in production capacity and sales of ready-to-drink milk compared to previous levels.

Keywords: pasteurization; *digital marketing*; KUBE susu clumprit

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor informal yang memberikan kontribusi pada perekonomian masyarakat baik secara mikro maupun makro. Demikian juga salah satu usaha mikro seperti Kelompok Usaha Bersama (KUBE) yang bertujuan untuk melaksanakan kegiatan sosial dan ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan sosialnya (Zulkarnain et al., 2020, Maryam et al., 2020). KUBE memiliki peranan penting dalam pemanfaatan olahan produk jadi hingga setengah jadi. Melalui KUBE masyarakat bisa memiliki fasilitas yang bisa dimanfaatkan untuk usaha bukan hanya berupa bantuan yang digunakan sekali habis, akan tetapi berupa program investasi jangka panjang, dan dengan KUBE ini masyarakat yang tidak memiliki modal yang cukup dapat membangun usaha bersama dan saling bahu membahu untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya (Firman et al., 2020). Dalam dampak yang lebih luas lagi melalui KUBE juga akan dapat membantu pemerintah dalam pemerataan perekonomian masyarakat. Pendapatan masyarakat akan meningkat seiring dengan semakin baiknya pengelolaan KUBE yang dilakukan oleh pelaku usaha (Paulu et al., 2022).

Namun kebanyakan sektor usaha mikro sulit untuk berkembang. Faktor kualitas sumber daya manusia menjadi faktor yang dominan dan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap pertumbuhan usaha baik usaha kecil maupun mikro (Sidabutar & Seprini, 2022). Keterbatasan pemahaman dalam penerapan teknologi menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan pelaku usaha sulit untuk bisa memproduksi produk mereka dengan efisien. Produksi yang masih dilakukan secara konvensional mengakibatkan kapasitas produksi sangat terbatas, mempengaruhi tingkat penjualan dan pertumbuhan usaha terhambat. Disisi lain penjualan yang hanya dilakukan pada lingkungan sekitar tempat tinggal akan menghambat kemajuan suatu usaha. Akses pasar yang terbatas secara signifikan menghambat kinerja kewirausahaan, sementara strategi pemasaran yang kuat muncul sebagai pendorong yang ampuh untuk mengatasi hambatan ini (Fauzan & Susilo, 2025). Adanya teknologi tepat guna dapat mempermudah pelaku usaha sehingga hasil produksi menjadi lebih optimal (Falasifah & Setyowati, 2023). Begitu juga dengan pemasaran dan penjualan, dengan pemanfaatan teknologi akan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, artinya kebermanfaatan *digital marketing* terhadap *volume* penjualan ini sangat dibutuhkan karena akan meningkatkan *volume* penjualan (K et al., 2025).

Dalam pemasaran, orientasi pasar memiliki peran krusial karena memungkinkan sebuah usaha memahami kebutuhan konsumen sekaligus memberikan pemenuhan yang tepat. Pemahaman tersebut bukan hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas dan kinerja usaha, terutama ketika persaingan *global* semakin menekan. Dengan menaruh perhatian besar pada konsumen serta pergerakan pesaing, sebuah bisnis dapat menciptakan nilai yang berbeda, lebih tanggap terhadap perubahan pasar, dan pada akhirnya menjaga pertumbuhan jangka panjang. Orientasi pasar didefinisikan sebagai budaya organisasi yang menciptakan perilaku paling efisien dan efektif untuk menghasilkan objek terbaik bagi *customer* dalam menghasilkan *superior performance* untuk Perusahaan (Azila & Rahman, 2022). Orientasi pasar merupakan salah satu konsep utama dalam literatur pemasaran, karena mengacu pada sejauh mana perusahaan mengimplementasikan konsep pemasaran (Azila & Rahman, 2022). Terdapat dua orientasi pasar untuk pelaku KUBE yaitu *market orientation* dan *competitor orientation*. Aktivitas kedua orientasi ini mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan perolehan informasi tentang pembeli dan pelanggan serta pesaing terdiri dari usaha bisnis yang terkoordinasi yang menjadi dasar koordinasi antar fungsional. Dengan adanya orientasi pasar maka akan memunculkan inovasi produk untuk menjawab kebutuhan dari pelanggan. Orientasi Pasar dan Inovasi produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Maisaroh et al., 2022).

Disisi lain, nilai tambah suatu produk juga menjadi suatu hal yang sangat penting untuk membantu meningkatkan penjualan. Produk yang diolah dan dikemas dengan baik akan dapat meningkatkan nilai tambah produk sehingga akan memberikan dampak pada pertambahan nilai suatu produk atau komoditas itu sendiri karena mengalami proses pengolahan, pengangkutan, ataupun penyimpanan dalam suatu produksi (Samuna et al., 2020). Oleh karenanya diharapkan usaha kecil dapat meningkatkan nilai tambah produknya melalui peningkatan kualitas produksi dan kinerja

usahnya melalui penerapan pengelolaan manajemen kinerja produksi dengan baik dan benar (Setiyowati et al., 2023).

Salah satu bentuk KUBE yang belum menerapkan penggunaan teknologi dalam proses produksi, pemasaran dan penjualannya adalah Kelompok Usaha Bersama Susu Clumprit. KUBE ini berada di Kabupaten Malang, tepatnya di Desa Clumprit Kecamatan Pagelaran adalah Usaha Bersama Susu Clumprit yang diketuai oleh Bapak Iwan Zulkifli Slamet seperti yang ditunjukkan pada tabel 1. KUBE ini memiliki anggota sebanyak 10 orang yang saling bahu membahu berusaha menjalankan usaha tersebut. KUBE ini menjual susu yang dihasilkan selama ini ke Koperasi Desa Clumprit. Beberapa susu juga untuk dijual ke masarakat sekitar. Dalam perjalanan bisnisnya, kelompok usaha bersama ini memiliki beberapa permasalahan yang dapat menghambat perkembangan usaha.

Tabel 1. Profil Mitra

No.	Uraian Profil	Data
1	Nama Kelompok	Usaha Bersama Susu Clumprit
2	Alamat	Dusun Sidorukun Desa Clumprit RT 25 RW 04 Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang
3	Nama Ketua	Bapak Iwan Zulkifli Slamet
4	Jumlah Anggota	10 Orang
5	Jumlah Produksi	90 liter per hari
6	Rerata Omzet Per Bulan	Rp 18.900.000
7	Rerata Pendapatan Per Bulan	Rp 3.780.000

Terdapat beberapa masalah yang ada pada KUBE tersebut antara lain: a) Proses produksi masih bersifat tradisional yang masih menggunakan peralatan yang sederhana, yang berdampak pada tingkat produktivitas yang rendah sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk membuat produk; b) Kemasan produk susu segar tidak menarik karena selama ini selalu menggunakan plastik dan botol yang sederhana dan tidak orientasi pada trend model masa kini. c) Pemasaran masih dikirim ke daerah daerah tertentu saja dan belum memanfaatkan teknologi informasi;

Proses produksi yang masih tradisional memberikan dampak pada rendahnya produktivitas karena skala produksi sangat terbatas serta membutuhkan waktu dan tenaga yang banyak. Selain itu dalam proses pasteurisasi, susu yang dimasak di dalam panci akan sulit untuk mengontrol suhunya sehingga beresiko tidak stabil. Upaya untuk memperpanjang masa simpan susu salah satunya dengan pasteurisasi yaitu proses termal untuk membunuh mikroorganisme perusak (Supartini et al., 2022). Susu yang terlalu rendah akan gagal membunuh bakteri dan mikro organisme sehingga susu akan cepat basi. Dan sebaliknya jika suhu terlalu tinggi maka nutrisi susu akan rusak.

Permasalahan yang lain adalah kemasan yang kurang menarik. Produk pasti akan kalah bersaing di pasaran karena kemasan yang tidak menarik tidak akan dilirik oleh pelanggan. Kemasan yang tidak menarik akan memberikan pandangan kualitas yang tidak bagus di mata pelanggan. Jadi kemasan yang asal-asalan akan dianggap isinya tidak berkualitas. Semakin menarik kualitas tampilan kemasan dan isi produk maka semakin banyak konsumen yang membelinya, sehingga penjualan akan meningkat secara signifikan (Reza et al., 2024). Desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen (Suma et al., 2023). Semenarik apapun kemasan produk namun jika pemasaran buruk juga akan menjadi tidak berguna. Pemasaran yang selama ini dilakukan hanya sebatas pada daerah tertentu saja dan tanpa pemanfaatan teknologi informasi sehingga produk hanya akan laku di daerah tersebut saja. Produk hanya dititipkan pada warung/toko di sekitarnya sehingga tingkat penjualan sangat terbatas.

Solusi yang ditawarkan oleh tim PKM dari Universitas PGRI Kanjuruhan Malang kepada mitra yaitu: a) Bantuan alat produksi yang dibutuhkan. b) Pembuatan desain kemasan produk yang *up to date*; c) Pelatihan dan pendampingan *digital marketing* pada mitra;

Rencana kegiatan yang akan diberikan kepada mitra berdasarkan solusi yang ditawarkan adalah a) Pelatihan dan pendampingan penggunaan alat produksi lebih modern untuk meningkatkan

Optimalisasi kapasitas produksi dan penjualan melalui penerapan alat pasteurisasi dan digital marketing pada usaha bersama susu Desa Clumprit Malang

produktivitas dan peningkatan kualitas produk; b) Pelatihan dan pendampingan desain kemasan untuk memberikan nilai tambah produk dan menjadikan produk menjadi lebih berkualitas dan menarik perhatian konsumen; c) Pelatihan dan pendampingan *digital marketing* secara online untuk memperluas cakupan pemasaran, dan meningkatkan penjualan.

METODE

Lokasi Kegiatan

Lokasi pelatihan dan pendampingan ada di rumah mitra, tepatnya di kediaman bapak Iwan Zulkifli Slamet di Dusun Sidorukun Desa Clumprit RT 25 RW 04 Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang. Pelaksanaan kegiatan selama 4 bulan.

Mitra Sasaran

Mitra kegiatan ini yaitu Kelompok Usaha Bersama Susu Desa Clumprit Kecamatan Pagelaran. Jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan ini sebanyak 10 orang yang merupakan anggota dari kelompok Usaha Bersama Susu Desa Clumprit.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan/demonstrasi penggunaan alat, pendampingan *digital marketing*. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk ceramah, diskusi interaktif, praktik langsung pembuatan susu melalui alat pasteurisasi, serta evaluasi dan monitoring.

Bahan dan Alat

Bahan-bahan yang digunakan dalam kegiatan ini antara lain adalah susu sapi murni, bubuk perasa *strawberry*, bubuk perasa macha, bubuk perasa jahe, bubuk perasa kurma, bubuk perasa coklat, gula pasir, gelas plastik, label kemasan, plastic tutup kemasan gelas plastik. Sedangkan alat yang dibutuhkan adalah alat pasteurisasi, *cup sealer* dan *smartphone*.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan kegiatan mencakup wawancara awal, perencanaan, pengenalan alat dan serah terima, praktik/demo alat pasteurisasi, dan penyuluhan serta monitoring dan evaluasi. Wawancara bersama mitra dilakukan untuk mengidentifikasi masalah, menyusun solusi yang tepat, sekaligus menentukan waktu pelatihan penggunaan alat pasteurisasi.

Pada tahapan praktek atau demo alat dimulai dengan pengenalan alat pasteurisasi meliputi penjelasan mengenai fungsi masing-masing bagian alat. Pada tahapan ini juga akan dikenalkan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam membuat susu dengan aneka rasa. Kegiatan ini akan dilakukan praktek membuat susu dengan beberapa varian rasa melalui alat pasteurisasi dengan bahan susu sebanyak 5 liter, gula 400 gram, bubuk perisa *strawberry* 250 gram. Proses pencampuran bahan akan dilakukan pemateri dengan mitra sesuai dengan takaran.

Kegiatan selanjutnya adalah pendampingan *digital marketing*. Kegiatan dilakukan dengan cara mendampingi mitra dalam penggunaan aplikasi *marketplace* mulai dari *upload* produk hingga proses transaksi penjualan.

Tahap terakhir adalah melakukan evaluasi untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan. Tim pengabdian akan melakukan perhitungan manual untuk mengukur kapasitas produksi sebelum dilakukan kegiatan dan setelah adanya kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah awal untuk mengetahui permasalahan mitra adalah kami melakukan wawancara terlebih dahulu ke mitra pada tanggal 21 Mei 2025 seperti yang terlihat pada gambar 1. Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa proses produksi susu selama ini, mitra pemerah susu dari peternakan mereka sendiri. Mitra memiliki sapi sejumlah 5 ekor untuk diperah susunya. Susu hasil perahan tersebut dijual

Optimalisasi kapasitas produksi dan penjualan melalui penerapan alat pasteurisasi dan digital marketing pada usaha bersama susu Desa Clumprit Malang

ke Koperasi Desa Pagelaran. Mitra juga melayani penjualan dalam bentuk susu yang siap minum melalui proses pasteurisasi konvensional untuk dijual di lingkungan sekitarnya. Proses pasteurisasi dilakukan untuk mencegah terjadinya kerusakan pada susu melalui proses pemanasan antara suhu 62^o C selama 30 menit atau jika ingin lebih cepat bisa menggunakan suhu kisaran 72^o C selama 15 detik (Sholikah, Mufid, et al., 2021). Setelah itu susu harus disimpan dengan metode pendingin pada suhu maksimal 10^o C untuk dapat memperpanjang daya simpan susu. Mikroba pembusuk tidak dapat tumbuh dan berkembang pada suhu 3 – 10^o C (Sholikah, Mufid, et al., 2021). Teknik ini sudah diketahui oleh mitra namun dengan proses yang dilakukan selama ini menggunakan panci biasa mengakibatkan susu bersentuhan langsung dengan api kompor maka sulit bisa menjamin kualitas susu tersebut. Disini tidak ada monitoring suhu selama proses pasteurisasi selama ini mitra sehingga menambah faktor resiko kerusakan kualitas susu. Proses konvensional tersebut membutuhkan waktu dan tenaga yang banyak sehingga proses produksi tidak optimal. Dalam sehari, mitra menjual susu ke Koperasi Desa Pagelaran sebanyak 60 liter dan 30 liter untuk di titipkan di warung.



Gambar 1. Survey Awal

Susu hasil pasteurisasi konvensional tersebut dikemas dalam kemasan plastik biasa untuk di titipkan di warung dan di kantin sekolah. Dilihat dari potensi dalam pengolahan susu, mitra memiliki kemampuan yang telah dilakukan selama ini namun belum memiliki kemampuan untuk menerapkan teknologi dalam pengolahan dan pemasarannya. Potensi tersebut tentu perlu didukung dengan penerapan teknologi supaya usaha yang dilakukan mampu berkembang dan mampu bersaing. Ditambah lagi dengan keberadaan 5 ekor sapi yang merupakan milik mereka sendiri merupakan modal yang sangat berharga karena susu yang mereka dapatkan dari aset mereka sendiri tanpa membutuhkan modal yang besar.



Gambar 2. Serah terima alat pasteurisasi

Optimalisasi kapasitas produksi dan penjualan melalui penerapan alat pasteurisasi dan digital marketing pada usaha bersama susu Desa Clumprit Malang

Pada tanggal 12 Agustus 2025, untuk membantu meningkatkan kualitas produksi mitra adalah dengan menerapkan teknologi dalam proses produksi. Tim Unikama memperkenalkan alat pasteurisasi dengan menjelaskan bagian-bagian komponen yang ada pada alat sekaligus kegunaannya untuk kemudian kami serahkan alat tersebut ke mitra yang diwakili oleh Bapak Iwan Zulkifli Slamet sebagai ketua Kelompok Usaha Bersama Susu Desa Clumprit Kabupaten Malang seperti yang terlihat pada gambar 2.

Alat pasteurisasi dengan kapasitas maksimal 25 liter ini memungkinkan menjaga susu yang diolah tidak bersentuhan langsung dengan api karena pada bagian luar drum untuk susu terdapat ruang khusus untuk diisi air biasa sehingga memungkinkan sekali untuk menjaga kualitas susu lebih baik. Alat pasteurisasi tersebut dikombinasikan dengan alat *cup sealer* sehingga akan memberikan efisiensi tenaga karena cukup dioperasikan oleh satu orang saja. Selain itu alat ini juga sudah dilengkapi dengan termometer suhu untuk memudahkan monitoring suhu selama proses pasteurisasi. Di dalam drum utama telah dilengkapi juga dengan pengaduk susu yang dapat diatur kecepatan putarnya sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 3. Proses introduksi teknologi kepada seluruh anggota kelompok UB Susu Desa Clumprit

Untuk memberikan pengetahuan cara pengoperasiannya, pada tanggal 28 Agustus 2025 tim Unikama kembali mengadakan kegiatan demo/praktek cara pengoperasian alat dengan menerapkan langsung untuk produksi susu dengan rasa strawbery seperti yang terlihat pada gambar 3 dan 4. Bahan yang digunakan adalah susu murni sebanyak 5 liter, gula 400 gram, bubuk perisa strawbery 250 gram, gelas cup plastik 250 ml dan plastik sealer. Kegiatan ini bertujuan supaya seluruh anggota KUBE Susu Desa Clumprit mengerti bagaimana alat tersebut bekerja dan juga mampu mengoperasikan alat tersebut secara mandiri.



Gambar 4. Proses pengolahan susu dengan rasa strawbery menggunakan alat pasteurisasi hingga proses pengemasan

Optimalisasi kapasitas produksi dan penjualan melalui penerapan alat pasteurisasi dan digital marketing pada usaha bersama susu Desa Clumprit Malang

Dalam kegiatan ini dihadiri oleh seluruh anggota mitra dan menghasilkan susu rasa *strawberry* yang dikemas dalam bentuk *cup* plastik. Dalam proses demonstrasi ini tim Unikama dibantu Bapak Iwan Zulkifli Slamet.



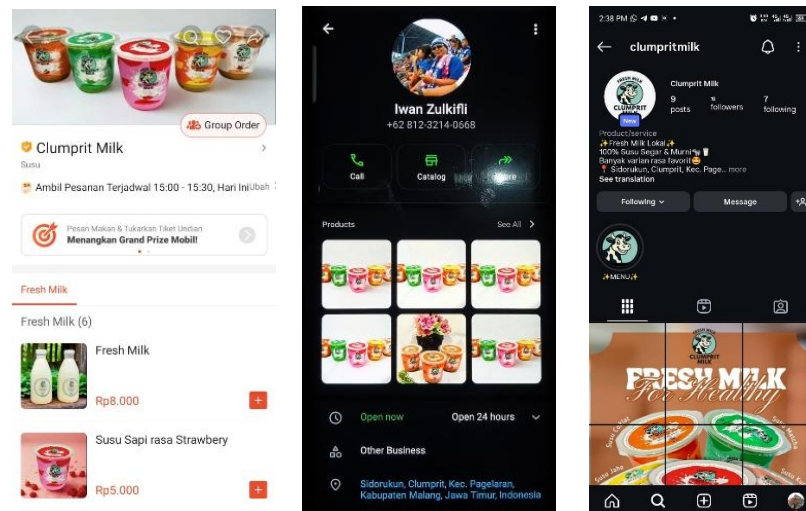
Gambar 5. Produk yang telah jadi dengan kemasan yang menarik

Susu yang telah dikemas diberikan stiker dengan desain yang menarik supaya menambah nilai jual produk dan meningkatkan kualitas produk di mata konsumen seperti yang terlihat pada gambar 5. Produk tersebut nantinya akan di pasarkan melalui media sosial dan *marketplace*.



Gambar 6. Pendampingan *digital marketing*

Pada kegiatan berikutnya pada tanggal 28 Agustus 2025 dilakukan pendampingan pemasaran menggunakan *digital marketing* melalui sosial media berupa instagram, whatsapp bussiness dan shopee food seperti yang terlihat pada gambar 6. Dalam kegiatan tersebut, mitra akhirnya memiliki akun sendiri dari merek produk mereka seperti yang tampak pada gambar 7. Dan dari akun tersebut, beberapa produk laku terjual melalui whatsapp bussiness dan shopee food.



Gambar 7. Akun Shopee Food, Whatsapp Business dan Instagram

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan selanjutnya adalah dilakukan evaluasi dengan cara menghitung waktu pasteurisasi, kapasitas produksi dan jumlah penjualan sebelum dilakukan kegiatan PKM dan setelah dilakukan PKM. Setelah mitra menggunakan alat pasteurisasi dan penjualan menggunakan *digital marketing*, terjadi peningkatan waktu proses pasteurisasi yang biasanya membutuhkan 3 jam untuk 30 liter menjadi 2 jam untuk 60 liter. Begitu juga dengan kapasitas produksi yang awalnya 30 liter yang bisa di produksi untuk di jual ke warung menjadi 60 liter setiap hari untuk di jual ke warung dan marketplace. Disisi lain juga terjadi peningkatan penjualan yang selama ini sehari terjual kurang lebih 25 liter sekarang menjadi 50 liter per hari.

Tabel 2. Analisa Kapasitas Produksi dan Penjualan

Aspek	Sebelum Kegiatan PKM	Sesudah Kegiatan PKM
Kapasitas Produksi	30 ltr	60 ltr
Waktu Pasteurisasi	3 jam	2 jam
Jumlah Penjualan	25 ltr	50 ltr

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat diarahkan untuk mendorong peningkatan kapasitas produksi sekaligus memperluas jangkauan penjualan susu siap minum, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara optimal. Melalui implementasi kegiatan ini, mitra menunjukkan kemampuan dalam mengoperasikan mesin pasteurisasi, memanfaatkan media sosial, serta mengelola penjualan melalui marketplace secara lebih efektif, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan volume produksi dan penjualan. Capaian tersebut mengindikasikan adanya kemajuan signifikan dalam pemenuhan permintaan pelanggan. Untuk mendukung keberlanjutan kegiatan, diperlukan perencanaan jadwal yang komprehensif agar tingkat partisipasi peserta lebih maksimal. Selain itu, tim pelaksana juga menekankan pentingnya kesiapan sarana dan prasarana, khususnya pada saat pelatihan, guna menjamin kenyamanan serta efektivitas proses pembelajaran bagi seluruh peserta.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Kemendiknasaintek yang telah memberikan dana untuk pengabdian ini dan terimakasih kami sampaikan juga kepada Unikama yang telah mendukung kami untuk melaksanakan tugas pengabdian ini. Terimakasih juga kepada kepada Kelompok Usaha Bersama Susu Desa Clumprit Kabupaten Malang dan dan tentunya kepada seluruh tim pengabdian ini yang telah bekerja keras untuk mensukseskan kegiatan pengabdian.

Optimalisasi kapasitas produksi dan penjualan melalui penerapan alat pasteurisasi dan digital marketing pada usaha bersama susu Desa Clumprit Malang

DAFTAR RUJUKAN

- Sidabutar, D. E., & Seprini. (2022). PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KECAMATAN RAMBAH. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 11.
- Falasifah, N., & Setiyowati, R. S. (2023). PEMANFAATAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA PASCA PANEN DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS PERTANIAN BIJI-BIJIAN. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(6), 5474. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i6.17793>
- Fauzan, M., & Susilo, A. (2025). Keterbatasan Akses Pasar dan Peran Pemasaran dalam Meningkatkan Kewirausahaan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 3(02), 209–215.
- Firman, Dirwan, & Mariah. (2020). DAMPAK PROGRAM KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) TERHADAP PENDAPATAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI KECAMATAN PALLANGGA KABUPATEN GOWA. *JBK*. <https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/jbk>
- K, Suprianto., Suryaningsih, S., & Irsang, I. (2025). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Samataring Kec. Kelara Kab. Jeneponto. *JUMABI: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 11–19. <https://doi.org/10.56314/jumabi.v3i1.279>
- Maisaroh, S., Hilal, S., & Hanif, H. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan Halal Supply Chain Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3442. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6593>
- Maryam, S., Fuady, H., & Suriadi, I. (2020). PENGEMBANGAN USAHA DENGAN POLA KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) PADA PELAKU USAHA MIKRO KECIL DIDESA DARA KUNCI SAMBALIA LOMBOK TIMUR. *Prosiding PEPADU*, 2.
- Azila, N. M., & Rahman, A. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PENJUALAN TIKET MASKAPAI SUSI AIR. *Cano Ekonomos*, 11.
- Paulu, N., Amaliah, T. H., & Lukum, A. (2022). Pengaruh Program Kelompok Usaha Bersama (Kube) Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Kecamatan Tomini Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS*, 5.
- Sholikah, N., Mufid, A. A., Bachrul, A. S., Hidayat, T. R., & Yoga, Y. (2021). PENGOLAHAN SUSU SAPI MENJADI SUSU PASTEURISASI UNTUK MENINGKATKAN NILAI SUSU DAN DAYA JUAL. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 75–79.
- Putri, A. R. C., & Riofita, H. (2024). Peran Kemasan Produk Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8.
- Samuna, D. O. A., Waney, N. F. L., & Loho, A. E. (2020). PERBANDINGAN NILAI TAMBAH DAN KEUNTUNGAN PENGOLAHAN PRODUK KEDELAI DI UD TIGA BERSAUDARA DI KELURAHAN TAAS KECAMATAN TIKALA. *Jurnal Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Perkebunan, Kehutanan, Peternakan, Perikanan), Sosial Dan Ekonomi*, 16.
- Suma, E., Yusuf, A. S., & Umar, J. (2023). Pengaruh Bentuk Kemasan, Desain Produk Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kopi Yamira). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(2).
- Setiyowati, S. W., Purwanto, H. L., & Asna. (2023). PKM PENIGKATAN VALUE ADDED MELALUI PENERAPAN GOOD MANUFACTURING PRACTICE DAN DIGITAL MARKETING METHOD PADA UMKM INDUTRI MEBEL ANEKA JAYA. *Jurnal Selaparang*, 7.
- Supartini, N., Kgs, A., Sumarno, & Windiarti, M. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Pengolahan Susu Pasteurisasi pada Kelompok Peternak Sapi Perah Langgeng Mulyo Desa Ngenep. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(2), 942–949. <https://doi.org/10.21067/jpm.v7i2.6868>
- Zulkarnain, T. A., Heriyanto, M., & Yuliani, F. (2020). IMPLEMENTASI PROGRAM KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) DALAM PEMBERDAYAAN FAKIR MISKIN. In *JSDMU: Jurnal Sumber Daya Manusia Unggul* (Vol. 1, Issue 1).