



Terbit online pada laman web jurnal: <http://wartaandalas.lppm.unand.ac.id/>

Warta Pengabdian Andalas

Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan Ipteks

ISSN (Print) 0854-655X | ISSN (Online) 2797-1600

Inovasi Pengembangan Pemasaran Produk Susu Kambing Etawa di Dusun Jengglik

Ahmad Akhsinil Umam, Yeny Fitriyani*, dan Achmad Nur Alfianto

Program Studi Ekonomi Syariah, STAI Syubbanul Wathon, Magelang, 56161. Indonesia

*Corresponding author. E-mail address: yenyfitriyani@staia-sw.or.id

Keywords:

Etawa goat's milk,
google maps,
marketing,
product

ABSTRACT

Community empowerment initiatives are pivotal in bolstering the financial stability of rural communities, particularly those facing challenges in marketing local products such as fresh milk. One of the strategic actions taken for the village populace involves enhancing the marketability of Etawa goat milk—a product with significant demand. The principal objective of this service activity is to inject innovation into the sales techniques of Jegglik Village's community outputs. It was achieved through the creation of distinctive logos or labels and leveraging Google Maps to extend the customer base, thereby amplifying the visibility of Etawa goat milk production far and wide. The approach employed in these community service efforts was Asset-Based Community Development (ABCD), which focuses on fostering social cohesion and enabling community-led environmental and economic development, also known as Community-Driven Development (CDD). The outcomes of this initiative have been markedly positive, yielding beneficial impacts for the community, such as expanded market reach and the ability to forge contractual relationships with milk production enterprises.

Kata Kunci:

google maps,
pemasaran, produk,
susu kambing Etawa

ABSTRAK

Kegiatan pemberdayaan masyarakat desa dalam menunjang perekonomian masyarakat untuk membangkitkan kembali perekonomian terutama pada masyarakat pedesaan yang terkendala dalam hal pemasaran, terutama produk susu. Upaya yang dilakukan pada masyarakat desa yaitu berupa pengembangan pemasaran produk susu kambing Etawa yang mudah dipasarkan. Tujuan dari pendampingan masyarakat ini adalah untuk memberikan inovasi serta pengembangan memasarkan produk masyarakat Dusun Jengglik melalui pembuatan logo atau label dan Google Maps untuk dapat menarik pelanggan dengan jangkauan yang jauh sehingga produksi susu kambing Etawa dapat dikenal oleh banyak konsumen. Dalam kegiatan pendampingan ini pendekatan yang dilakukan menggunakan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Metode ABCD merupakan sebuah pendekatan untuk mengupayakan terwujudnya sebuah tatanan kehidupan sosial masyarakat dan pengembangan masyarakat untuk pembangunan dilingkungannya atau dapat disebut juga *Community-Driven Development* (CDD). Hasil pendampingan memberikan manfaat dan dampak yang baik bagi masyarakat dengan semakin luas pemasaran dan mampu mengikat kontrak dengan perusahaan produksi susu.

PENDAHULUAN

Susu Kambing Etawa memiliki berbagai manfaat dan kandungan protein serta gizi yang lebih unggul dibandingkan Susu Sapi, membantu regenerasi sel, meningkatkan kecerdasan otak, meningkatkan imunitas tubuh, menyokong pertumbuhan fisik,, mencegah stunting dan dapat dijadikan sebagai obat untuk beberapa jenis penyakit (Martha et al., 2016; Wasiati & Faizal, 2018). Susu merupakan bahan makanan yang mengandung berbagai zat yang dapat dicerna dan dimanfaatkan dengan mudah oleh tubuh (Ismanto et al., 2018). Susu Kambing juga memiliki butiran lemak yang berdiameter kecil dan homogen daripada Susu Sapi, sehingga Susu Kambing lebih mudah dicerna oleh alat pencernaan manusia dan aman bagi yang alergi terhadap Susu Sapi (Kemenkes, 2023). Namun manfaat Susu Kambing masih belum banyak diketahui oleh Masyarakat. Hal tersebut terlihat dari angka konsumsi susu Masyarakat Indonesia pada tahun 2020 hanya 16,27 kg/kapita/thn. Jumlah tersebut masih di bawah rata-rata konsumsi di negara Asia Tenggara (Arlinta, 2021).

Menurut Sutrisno (2020), Jawa Tengah merupakan provinsi dengan jumlah populasi kambing perah terbesar yaitu (3,5 juta ekor) kemudian Jawa Timur (2,7 juta ekor) dan Jawa Barat (1,6 juta ekor). Dengan jumlah susu segar yang dihasilkan sebesar 104,421.95 ton. Angka ini mencerminkan jumlah total Susu Segar yang dihasilkan dalam satu tahun di wilayah tersebut. Dengan mempertimbangkan data produksi susu sebelumnya, pemerintah Jawa Tengah menganggap produksi susu sebagai hal yang penting dan memerlukan perhatian khusus. Pemerintah memahami bahwa meningkatkan produktivitas susu akan memiliki dampak positif terhadap berbagai aspek, termasuk perekonomian dan kesejahteraan Masyarakat (Sutrisno, 2020).

Salah satu pusat utama produksi Susu Kambing Etawa di Jawa Tengah terletak di Dusun Jengglik, yang berada di Desa Ngablak, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang (Indarto, 2022). Pusat produksi Kambing Etawa di Dusun Jengglik diidentifikasi sebagai tempat yang penting dalam industri Susu Kambing Etawa di wilayah tersebut. Dengan adanya sentra produksi ini, Dusun Jengglik memiliki kontribusi signifikan terhadap total produksi susu di Jawa Tengah. Peningkatan permintaan Susu Kambing Etawa di kalangan Masyarakat telah berkontribusi pada tingginya permintaan produk tersebut hingga pada titik tertentu pasokan Susu Kambing Etawa murni seringkali tidak mencukupi (Indarto, 2022).

Tingginya permintaan akan produk Susu Kambing yang dipercaya memiliki nilai kesehatan dan gizi yang tinggi menjadi faktor pendorong utama dalam upaya pengembangan sentra produksi Susu Kambing Etawa (Kusumawati et al., 2018). Selain itu Dusun Jengglik juga sebagai daerah penyanggah Borobudur yang diharapkan dapat menjadi tempat wisata alternatif setelah berkunjung ke candi Borobudur. Namun letak Dusun Jengglik yang berada dikaki gunung Merapi dengan jarak 100 km dari pusat kota dan 20 km dari pusat Kabupaten serta jalan yang dilalui berkelok-kelok dan mendaki membuat sentra produksi kambing Etawa tidak mudah untuk ditemui (*Magelang Dalam Angka*, 2022).

Berdasarkan observasi awal, pendamping merasa perlu untuk memberikan pendampingan dalam pembuatan Google Maps yang dapat dibuka dengan menggunakan Hp ataupun laptop sehingga mempermudah konsumen baik dari wilayah lokal ataupun konsumen luar daerah (wisatawan) yang ingin berkunjung ke sentra Susu Kambing Etawa. Menurut Fadilla et al., (2023) dan Cahya et al. (2022) pembuatan Google Maps diharapkan dapat meningkatkan pemasaran Susu Kambing Etawa yang akan meningkatkan pendapatan peternak Kambing Etawa khususnya dan Masyarakat Dusun Jengglik pada umumnya. Selain pendampingan pembuatan Google Maps, pendamping juga mendampingi dalam pembuatan kemasan dan logo sebagai penanda dan pembeda produksi yang

dihasilkan sehingga produk memiliki kekhasan tersendiri dan mudah dikenali oleh konsumen.

METODE

Pendampingan kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Dusun Jengglik, Desa Ngablak, Kecamatan Srumbung Kab. Magelang selama 30 hari, dimulai pada tanggal 1 April 2022 sampai 1 Mei 2022. Dalam kurun waktu satu bulan cukup untuk membantu pengembangan pemasaran produk Susu Kambing Etawa bagi Masyarakat di Dusun Jengglik. Dalam kegiatan pendampingan ini pendekatan yang dilakukan menggunakan *Asset-based community development* (ABCD). Metode ABCD merupakan sebuah pendekatan untuk mengupayakan terwujudnya sebuah tatanan kehidupan sosial Masyarakat dan pengembangan Masyarakat untuk pembangunan dilingkungannya atau dapat disebut juga *Community-Driven Development* (CDD) (Azhari et al., 2020). Selanjutnya pendekatan tersebut kami terapkan untuk pendampingan masyarakat dalam bentuk konkret dalam kegiatan pendampingan masyarakat.

Dalam upaya pengembangan Masyarakat harus di mulai sejak dini guna mengetahui potensi-potensi yang dimiliki Masyarakat, sehingga dari potensi inilah Masyarakat dapat mengetahui dan bersemangat dalam meningkatkan kualitas dan kreativitas untuk upaya perbaikan. Menurut Cristopher Dureau, untuk mendapatkan apa yang diinginkan harus memasukkan cara pandang baru dengan lebih holistik dan kreatif dalam melihat realitas, seperti: melihat gelas setengah penuh, mengapresiasi siapa yang bekerja dengan baik dimasa lampau (Hanifah, 2017). Dengan pendekatan ABCD ini, tim pendamping dapat memberikan jembatan untuk Masyarakat dalam merumuskan program perubahan yang di anggap sangat penting.

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh tim pendamping antara lain memberikan pengenalan mengenai kerja sama dengan perusahaan sebagai sarana pemasaran. Dalam hal ini peneliti memberikan gambaran luas mengenai fasilitas dan jaminan yang berlaku jika bekerja sama dengan perusahaan. Selain itu membuat logo agar memudahkan dalam pemasaran. Kegiatan lain yang dilakukan antara lain ikut merawat dan juga memproduksi Susu Kambing Etawa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi masalah yang ada pada Masyarakat Dusun Jengglik, maka kami melakukan observasi di lapangan, terdapat dua observasi yang kami lakukan baik secara langsung dan tidak langsung. Dalam observasi langsung, kami ikut serta dalam kegiatan Masyarakat dalam memberdayakan hewan ternak seperti: bagaimana Masyarakat dalam mengelola tempat peternakan, memberi pakan, merawat hewan peternakan dan sebagainya. Sedangkan observasi tidak langsung yaitu kami melakukan pengamatan serta tidak ikut langsung dalam kegiatan Masyarakat, seperti; bagaimana aktivitas keseharian Masyarakat, perilaku, sikap, dan pola pikir Masyarakat.

Hal tersebut dilaksanakan untuk mengetahui hasil observasi yang mendalam mengenai kehidupan Masyarakat di Dusun Jengglik, dari hasil observasi yang diperoleh nantinya akan dikaji dan dikritisi sehingga dapat melakukan langkah evaluasi untuk mengetahui dan mendapatkan kesimpulan mengenai kondisi Masyarakat di Dusun Jengglik. Dari Langkah evaluasi tersebut kami melakukan wawancara dengan salah satu peternak kambing yaitu bapak Anang Ismail, dari penuturan bapak Anang Ismail bahwa pemasaran hewan ternak masih menggunakan sistem atau metode lama sehingga itu mengakibatkan pengembangan usaha peternakan masih dianggap kurang. Salah satunya dalam pemasaran Susu Kambing

Etawa yang masih terbatas dan hanya meliputi desa setempat. Dari hasil wawancara tersebut, kami memperoleh data-data untuk dilakukan evaluasi, langkah selanjutnya yang kami lakukan yaitu memberikan kesadaran kepada Masyarakat atas problem-problem yang mereka hadapi, sehingga pola pikir untuk membentuk kesadaran sehingga dapat menghindari akibat-akibat buruk yang akan terjadi. Dari analisa di atas, kami menginginkan terciptanya sesuatu hal yang baru agar sesuai dengan apa yang Masyarakat impikan.

Hasil lanjutan dari observasi di atas, tim pendamping melakukan pemberian logo atau label pada Susu Kambing Etawa. Menurut Kotler, label adalah suatu tampilan sederhana yang di rancang pada produk atau gambar yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Dengan adanya logo atau label ini akan menjadi tanda atau ciri khas suatu produk sehingga konsumen dapat mengetahui dari mana asal produk tersebut.

Hasil pemberian logo atau label pada kemasan Susu Kambing Etawa bertujuan untuk mempermudah konsumen atau pembeli dalam membedakan dengan produk lain. Dikarenakan produk sudah memuat informasi terkait produk yang dijual sehingga konsumen tidak mengalami kesusahan dalam memutuskan untuk membeli produk. Bagi kaum remaja dengan adanya logo atau label ini memberikan pengaruh yang sangat besar, dikarenakan dalam membeli sebuah produk umumnya melihat komposisi dan juga kemanfaatan. Namun bagi kaum remaja sebagian besar hanya melihat kemasannya saja, seperti adanya logo atau label di produk Susu Kambing Etawa yang dapat menarik minat kaum remaja. Selain itu dengan diberi logo atau label dalam kemasan Susu Kambing Etawa ini dapat memberikan kesan dan daya tarik konsumen yang melihat.

Kemudian langkah yang dilakukan oleh tim pendamping demi mendongkrak perekonomian Masyarakat Dusun Jengglik yaitu mengenai pemasaran produk Susu Kambing Etawa. Dengan memasarkan dan mengenalkan produk Susu Kambing Etawa ke toko-toko terdekat. Cara ini dilakukan dengan mendatangi langsung ke desa-desa sekitar untuk mengenalkan produk kepada Masyarakat guna memperluas target pasar. Dengan berbaur kepada Masyarakat dalam melakukan pemasaran, diharapkan dapat menarik minat dan kepercayaan konsumen untuk membeli produk Susu Kambing Etawa dikarenakan dapat melihat secara langsung produk Susu Kambing Etawa layak atau tidak.

Pelayanan yang maksimal bagi calon pembeli juga memberikan dampak yang positif. Apabila dalam melakukan pemasaran secara langsung ini dilakukan dengan baik maka ketertarikan pembeli akan semakin banyak. Tujuan pemasaran secara langsung juga dapat memberikan pelayanan yang baik bagi calon pembeli, mungkin dalam proses pemasaran produk mendapati pembeli yang kurang paham atau bahkan kurang memuaskan, pembeli bisa menanyakan langsung kepada penjual. Selain itu, pemasaran secara langsung bisa berpeluang mendapatkan pelanggan baru dikarenakan masih minimnya pesaing dibandingkan pemasaran secara online.

Pembuatan Google Maps dan logo dengan nama "Manunggal Utama Farm." Tujuan dari langkah ini adalah untuk memperkenalkan "Manunggal Utama Farm" kepada Masyarakat secara lebih luas. Pembuatan Google Maps bertujuan untuk memudahkan orang menemukan lokasi farm ini dengan lebih mudah, sementara logo membantu menciptakan identitas visual yang kuat. Melalui Google Maps, Masyarakat akan memiliki akses yang lebih mudah untuk menemukan lokasi "Manunggal Utama Farm" dan mengetahui rute yang diperlukan untuk mencapai tempat tersebut. Dengan menggunakan teknologi ini, pengunjung potensial dapat menghindari kesulitan dalam menemukan lokasi farm di Dusun Jengglik. Logo dengan nama "Manunggal Utama Farm" memiliki peran penting dalam membangun citra dan identitas farm. Logo ini dapat menciptakan kesan visual yang mudah diingat dan diidentifikasi oleh Masyarakat. Ketika orang melihat logo ini, mereka akan mengaitkannya dengan tempat produksi Susu Kambing Etawa di Dusun Jengglik. Hal

ini memungkinkan farm untuk lebih dikenal dan diingat oleh Masyarakat, serta membedakannya dari tempat lain.

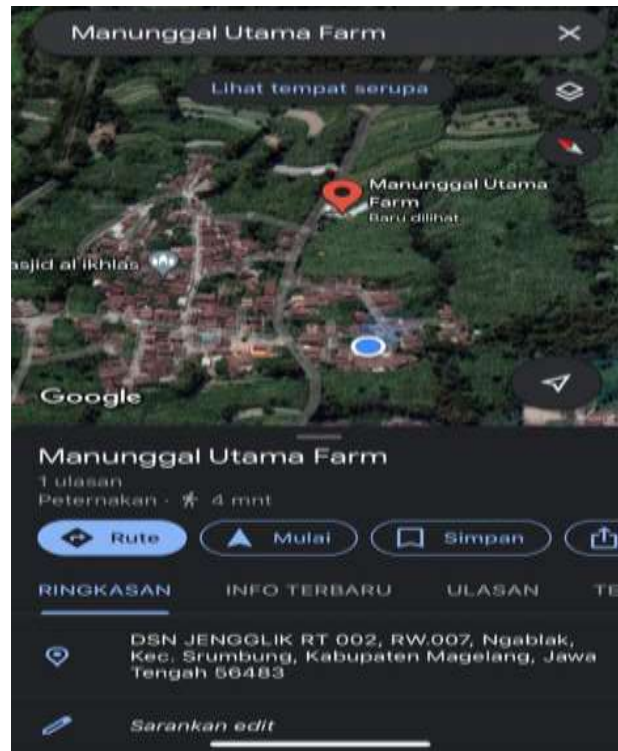
Melalui langkah-langkah ini, farm berharap untuk memberikan informasi yang lebih baik kepada konsumen dan Masyarakat. Informasi tersebut mencakup lokasi farm dan juga penjelasan tentang produksi Susu Kambing Etawa yang mereka lakukan. Dengan demikian, Masyarakat akan lebih paham mengenai apa yang ditawarkan oleh "Manunggal Utama Farm" dan bagaimana mereka dapat mengakses serta menikmati produk-produknya.

Dari beberapa tahapan yang telah dilakukan, langkah selanjutnya yaitu mewujudkan keinginan Masyarakat dengan menghadirkan hal-hal yang belum pernah mereka lakukan salah satunya yaitu pembuatan Google Maps. Untuk dapat menjalankan bisnis yang baik perlu adanya investor yang dapat menjadikan bisnis berjalan lancar. Dengan adanya Google Maps ini dapat berpengaruh besar untuk dapat mendatangkan investor dan juga survei-survei yang dapat menjadikan produksi Susu Kambing Etawa dan juga perawatan kambing Etawa dapat di tinjau langsung oleh ahli-ahli pakar peternakan dengan Google Maps yang akurat. Selain investor Google Maps juga dapat menarik pelanggan dengan jangkauan yang jauh sehingga produksi Susu Kambing Etawa dapat dikenal oleh banyak konsumen. Sampai saat ini dengan sudah terwujudnya logo atau label dan juga Google Maps perkembangan pemasaran Susu Kambing Etawa semakin meningkat dan para peternak sudah mulai menjalin kerja sama dengan salah satu pabrik pengolahan susu di daerah Yogyakarta. Selain itu, salah satu dampak yang masih dirasakan oleh para peternak hingga saat ini yaitu survei yang telah dilakukan oleh Dinas Peternakan Dan Kesehatan Hewan Provinsi Jawa Tengah untuk meninjau langsung mengenai peningkatan populasi hewan, produksi hewan, dan Kesehatan hewan ternak. Dengan adanya tinjauan ini Masyarakat semakin bersemangat untuk mengembangkan usaha produk Susu Kambing Etawa.

Semakin banyak konsumen yang mengonsumsi Susu Kambing Etawa menandakan bahwa konsumen sudah merasakan manfaat dari Susu Kambing Etawa. Susu Kambing memiliki banyak manfaat salah satunya meningkatkan kekebalan tubuh, membantu pertumbuhan, kecerdasan anak, bahkan mengobati segala jenis penyakit dengan selalu rutin mengonsumsi Susu Kambing (Wigati, 2021). Maka tidak dipungkiri bahwa Susu Kambing Etawa ini dapat di konsumsi oleh siapa saja dari anak-anak, remaja, dewasa, bahkan sampai lansia. Selain itu, dalam Google Maps terdapat ulasan penilaian yang dapat diisi oleh konsumen. Tentu dengan menghadirkan produk yang berkualitas dapat mendorong penilaian menjadi baik dan menjadikan minat daya tarik konsumen lain agar membeli produk. Peneliti juga membuat nama dan logo untuk Susu Kambing Etawa supaya dapat dikenal oleh orang luas, dengan menghadirkan ciri khas yang berbeda dari produk lain.

Diharapkan dengan adanya pemasaran produk yang baru bisa menjadikan langkah awal untuk membantu perekonomian Masyarakat di Dusun Jengglik dan juga dapat menjadi ladang ilmu bagi warga sekitar untuk mendalami dan meningkatkan bisnis Susu Kambing Etawa.

Sementara itu dari hasil program yang telah dilakukan oleh tim pengabdian dapat diketahui bahwa dengan adanya kegiatan pendampingan ini Masyarakat menganggap bahwa kegiatan ini memberikan manfaat dan dampak yang baik untuk meningkatkan pengembangan pemasaran untuk perekonomian Masyarakat. Dengan adanya Google Maps Masyarakat semakin antusias untuk mengembangkan peternakan mereka, akan tetapi masih terdapat sedikit kendala yang dihadapi oleh tim pendamping dan juga Masyarakat mengenai pengoperasian Google Maps tersebut.



Gambar 1. Pembuatan Maps di laman Google



Gambar 2. Perbaikan Kemasan Susu Kambing Etawa

Dari kendala yang terjadi tim pendamping memberikan solusi agar dalam menjalankan usaha Susu Kambing Etawa semakin meningkat maka harus melibatkan kaum remaja di Dusun Jengglik. Salah satunya yaitu memberikan pengetahuan kepada Masyarakat khususnya yang masih terkendala dalam mengoperasikan Google Maps demi kelangsungan pengembangan peternakan kambing Etawa. Diharapkan dengan dukungan dan kontribusi yang diberikan oleh tim pendamping dapat dijadikan modal awal bagi kaum remaja untuk bisa menambah wawasan dan juga menjadi generasi penerus dalam menjalankan usaha Susu Kambing Etawa demi kelangsungan perekonomian Masyarakat di Dusun Jengglik.

KESIMPULAN

Dalam pendampingan Masyarakat di Dusun Jengglik dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: kegiatan pendampingan kepada Masyarakat di Dusun Jengglik ini memberikan dampak yang positif terhadap Masyarakat untuk melakukan perubahan di mana dalam pemasaran Susu Kambing Etawa sudah meningkat dengan adanya pemasaran yang semakin luas dan mampu mengikat kontrak dengan perusahaan produksi susu. Serta memberikan perawatan terbaik untuk kambing Etawa agar menghasilkan bibit-bibit yang baik dan produksi susu yang berkualitas demi kepuasan pelanggan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada: (1) Jajaran pemerintah Desa Ngablak, Kecamatan Srumbung yang sudah memberi ijin kepada pendamping untuk melakukan kegiatan pendampingan; (2) Bapak Anang Ismail selaku pemilik usaha Susu Kambing Etawa; (3) Bapak Acmad Nur Alfianto, M.E, selaku dosen pembimbing lapangan; (4) Kepala LPM STAI Al Husain yang telah memberikan dukungan penuh dan menugaskan kami melakukan pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arlinta, D. (2021, June 7). *Rendah, Konsumsi Susu Masyarakat Indonesia*. Kompas.
- Azhari, W., Purwanto, A.R, F. Y., & Pudail, M. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Desain Grafis di Balai Latihan Kerja Komunitas Pesantren pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logista Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 487-493.
- Cahya, B. T., Widayarni, E., Rohmah, F., & Islamiah, M. H. (2022). Urgensi E-Marketing Berbasis Google Maps pada Keberlangsungan Usaha Entrepreneur Muslim (Studi pada Kabupaten Demak). *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 20(1), 126-142. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v20i1.12328>
- Fadilla, D. O., Kurniawan, R. A., & Anindya, I. B. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Google Maps Sebagai Upaya Branding UMKM di Desa Kebondalem oleh Mahasiswa Kkn-T UPN "Veteran" Jawa Timur. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(2), 130-135.
- Hanifah, U. (2017). Optimalisasi Pengelolaan Bank Sampah untuk Mengurangi Volume Sampah Non Organik Sekaligus Menghasilkan Nilai Ekonomis bagi Masyarakat Kelurahan Krajan Kabupaten Madiun. *Jurnal Engagement Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 199-200.
- Indarto, J. (2022). *Peternak Kambing Etawa di Kab Magelang*. Dinas Pertanian Kab Magelang.
- Ismanto, S. D., Kasim, A., Azima, F., Sayuti, K., Anggraini, T., & Indeswari, N. S. (2018). Susu Kambing, Ternak Kambing, Olahan Susu Kambing, Kambing Etawa. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 32-39.

- Kemenkes. (2023). *Manfaat Konsumsi Susu Kambing bagi Kesehatan*. Direktorat Jendral Pelayanan Kesehatan. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/2569/manfaat-konsumsi-susu-kambing-bagi-kesehatan
- Kusumawati, E. D., Krisnaningsih, A. T. N., Leondro, H., Kustyorini, T. I. W., Hadiani, D. P. P., Permadi, E., & Rahadi, S. (2018). Peluang Bisnis Olahan Susu Kambing. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology, September*, 261–266. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/ciastech/article/view/716>
- Magelang dalam angka.* (2022). BPS. <https://pusaka.magelangkab.go.id/instansi/bps/ibukota>
- Martha, L. P., Sarma, M., & Najib, M. (2016). Strategi Pemasaran Susu Kambing di Bogor. *Jurnal Sains Terapan*, 6(1), 25–39. <https://doi.org/10.29244/jstsv.6.1.25-39>
- Sutrisno. (2020). *Kambing Perah, Berkembang tapi Minim Data*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Wasiati, H., & Faizal, E. (2018). Peternakan Kambing Peranakan Etawa di Kabupaten Bantul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(1), 8-14. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v3i1.2242>
- Wigati, Y. (2021). Strategi Pemasaran Susu Kambing Telaga Rizqy Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur Kota Metro). Skripsi.