

## PENGEMBANGAN USAHA MADU TRIGONA DI BELITUNG

Mei Ie<sup>1</sup>, Atalya Fransiska<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: meii@fe.untar.ac.id

<sup>2</sup>Jurusan Manajemen dan Bisnis, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: atalya.115180014@stu.untar.ac.id

### ABSTRACT

*During a pandemic, most people believe that honey is one type of health drink that can increase immunity. Currently many honey producers run trigona honey business. Trigona honey is produced from lebah honey Trigona, which is a unique bee, which has no sting. Every product produced from these bees, of course, has high benefits for health. Not only for people who consume, the products produced can certainly be useful also for honey producing producers. One of them is to generate income from the production of honey. However, behind the benefits and impacts that can be provided by Trigona honeybees, there are problems that are often faced by partners or honey producers, It is related to product marketing. Often the technique of marketing honey is done is to market it directly into the hands of consumers, not infrequently also products are marketed in the hands of consumers. bottle packaging without a specific brand and size. This can certainly reduce consumer loyalty in buying products. Thus the purpose of this abdimas activity is to develop Trigona product marketing strategies in Belitung in order to reach a wider market. The method of carrying out activities is carried out through entrepreneurship and mentoring seminars conducted online. In the end, the activities are done well and can have a positive impact on the partner side. The partner states that they are more understanding about entrepreneurship and business development strategies, especially marketing strategies that can be implemented. Thus it is expected that partners can expand the existing consumer market as well as improve their business performance.*

**Keywords:** *business development, entrepreneurship, Trigona honey*

### ABSTRAK

Selama pandemi, sebagian besar masyarakat percaya bahwa madu merupakan salah satu jenis minuman kesehatan yang dapat meningkatkan imunitas tubuh. Saat ini banyak produsen madu yang menjalankan usaha madu Trigona. Madu trigona dihasilkan dari lebah madu Trigona, yang merupakan lebah yang memiliki keunikan, yaitu tidak memiliki sengat. Setiap produk yang dihasilkan dari lebah ini, tentunya mempunyai manfaat yang tinggi bagi kesehatan. Tidak hanya bagi orang yang mengkonsumsi, produk yang dihasilkan tentunya dapat bermanfaat juga bagi para produsen penghasil madu. Salah satunya adalah menghasilkan pendapatan dari hasil produksi madu tersebut. Namun, dibalik manfaat dan dampak yang dapat diberikan oleh lebah madu Trigona, terdapat permasalahan yang sering kali dihadapi oleh pihak mitra ataupun produsen madunya, yaitu terkait dengan pemasaran produk. Sering kali teknik pemasaran madu yang dilakukan adalah dengan memasarkannya secara langsung ke tangan konsumen, bahkan tidak jarang juga produk dipasarkan dalam kemasan botol tanpa adanya merek dan ukuran tertentu. Hal ini tentunya dapat mengurangi loyalitas konsumen dalam membeli produk. Dengan demikian tujuan dari kegiatan abdimas ini adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran produk Trigona di Belitung agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui seminar kewirausahaan dan pendampingan yang dilakukan secara daring. Pada akhirnya, kegiatan dilakukan dengan baik dan dapat memberikan dampak yang positif terhadap pihak mitra. Pihak mitra menyatakan bahwa mereka lebih memahami mengenai kewirausahaan dan juga strategi pengembangan usaha, khususnya strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan. Dengan demikian diharapkan mitra dapat memperluas pasar konsumen yang ada serta meningkatkan kinerja usahanya.

**Kata kunci:** *pengembangan usaha, kewirausahaan, madu Trigona*

### 1. PENDAHULUAN

Selama pandemi, sebagian besar masyarakat percaya bahwa madu merupakan salah satu jenis minuman kesehatan yang dapat meningkatkan imunitas tubuh. Saat ini banyak produsen madu yang menjalankan usaha madu Trigona. Madu trigona dihasilkan dari lebah madu Trigona, yang merupakan lebah yang memiliki keunikan, yaitu tidak memiliki sengat. Sebagai gantinya, dalam bentuk pertahanan diri lebah ini menghasilkan suatu lem yang bisa disebut propolis yang berfungsi untuk menghalangi predator untuk masuk kesarangnya. Trigona ini juga dapat

menghasilkan lebih dari satu produk yang dapat diperjual-belikan yaitu, madu, propolis dan juga roti lebah (*bee bread*), yang mana masing-masing dari setiap produk yang dihasilkan mempunyai kegunaan yang tinggi bagi konsumen. Dikarenakan setiap produk yang dihasilkan oleh lebah *Trigona* memiliki manfaat yang cukup banyak, pada akhirnya manfaat ini juga berdampak pada produsen yang mengembangkan usaha lebah *Trigona*. Manfaat yang dapat dirasakan oleh produsen diantaranya seperti, meningkatnya pendapatan dari hasil produksi madu, polen propolis dan koloni lebah, juga dapat membantu untuk mendukung pemenuhan gizi masyarakat dan upaya pelestarian sumber daya alam (Yuwomo *et al.*, 2021). Namun untuk saat ini, pemanfaatan produk perlebahan tidak berjalan dengan maksimal (Riendriasari & Krisnawati, 2017).

Namun di lain sisi, terdapat juga permasalahan yang sering kali dihadapi oleh para produsen atau peternak lebah. Yang paling umum adalah minimnya pengetahuan terkait teknologi pengolahan dan pemasaran produk. Winahyu, Amirudin & Azizah (2021) memaparkan bahwa teknik pemasaran madu yang sering kali digunakan oleh para produsen adalah dengan cara menjual produk secara langsung ketangan konsumen. Bahkan tidak sedikit para produsen yang menjual produk dalam bentuk botol tanpa adanya merek dan ukuran tertentu. Hal ini tentu saja dapat membuat konsumen menjadi ragu akan kualitas pada produk.

Salah satu yang mendasari hal ini dapat terjadi adalah karena masih rendahnya tingkat kemampuan berwirausaha pada masyarakat di Indonesia (Rapii, 2019). Bahkan, Setiawan, Sulaeman & Arlita (2016) menjelaskan bahwa strategi pengembangan usaha produk madu perlu dikembangkan dengan baik karna dengan cara menghasilkan madu yang berkualitas dan menciptakan produk yang unggulan dengan cara mempertahankan kemurnian produk yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan strategi tersebutlah para produsen dapat menghadapi permasalahan pada aspek pemasaran yaitu, mempertahankan konsumen untuk menggunakan produk.

Adapun tujuan dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah untuk dapat memberikan wawasan mengenai kewirausahaan kepada para produsen madu dan strategi pengembangan usaha, khususnya yang terkait strategi pemasaran produk yang dapat diimplementasikan. Dengan demikian diharapkan kinerja usaha mitra dapat lebih ditingkatkan. Tujuan ini didasarkan berdasarkan permasalahan yang mitra hadapi dan juga pengenalan akan kewirausahaan merupakan permulaan yang baik untuk dilakukan. Terlebih lagi pengembangan ekonomi dengan memanfaatkan keunggulan sumber daya alam merupakan hal yang baik juga, sehingga pembangunan ekonomi perlu ditingkatkan (Nurrahmi *et al.*, 2018).

## 2. METODE PELAKSANAAN PKM

Untuk memaksimalkan kegiatan ini, perlu menjalankan beberapa metodologi. Beberapa diantaranya adalah studi literatur terkait dengan bidang yang sedang dibahas atau tema yang sedang dibahas yaitu kewirausahaan. Selain itu, tim UNTAR juga melakukan *in-depth interview* yang bertujuan untuk lebih mengetahui solusi yang dapat diberikan terkait dengan permasalahan yang ada. *In-depth interview* ini dilakukan dengan pihak-pihak penting, baik itu dari perwakilan mitra maupun beberapa ahli yang menguasai permasalahan terkait dibidangnya.

Tahap pertama dalam kegiatan ini adalah dengan melakukan *in-depth interview* yang tujuannya adalah untuk memperoleh keterangan guna memaksimalkan solusi yang dapat diberikan atau ditawarkan. *In-depth interview* ini dilakukan dengan pewawancara (tim PKM UNTAR) terhadap pihak mitra ataupun pihak terkait dengan kegiatan). Tahap kedua adalah dengan melakukan studi literatur yang dapat dilakukan dengan cara mencari dan berbagai sumber yang berhubungan dengan topik permasalahan yaitu madu *trigona* dan kewirausahaan. Tahap ketiga dalam kegiatan ini adalah melakukan penyusunan rencana kegiatan seminar dan pendampingan, yang meliputi pengenalan terkait kewirausahaan juga strategi pemasaran untuk memasarkan produk yang

dihasilkan. Tahap keempat adalah pelaksanaan kegiatan PKM yang akan dilaksanakan selama bulan Oktober – November 2021.

Untuk mengetahui apakah kegiatan PKM telah dijalankan dengan baik dan dampak dari kegiatan PKM ini, dilakukanlah tahap kelima yaitu pengevaluasian dari keseluruhan kegiatan PKM, yang dapat dilakukan dengan cara mewawancarai pihak mitra. Tahap terakhir adalah pembuatan laporan yang berisikan rincian keseluruhan kegiatan guna memberikan informasi terhadap mitra-mitra yang memiliki permasalahan yang sama.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang masyarakat umum ketahui bahwa produk perlebahan memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Namun untuk saat ini, pemanfaatan produk madu, khususnya madu Trigona belum berjalan dengan maksimal. Oleh sebab itu, pihak mitra diperkenalkan mengenai kewirausahaan terlebih dahulu. Pengenalan kewirausahaan ini dapat memberikan dasar pengetahuan yang perlu dipahami oleh para mitra selaku pelaku usaha. Dengan adanya pengenalan akan kewirausahaan ini, dapat membantu para produsen untuk dapat lebih memasarkan produknya dengan baik sampai pada tangan konsumen. Selain itu, produsen madu juga dapat lebih mendapatkan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya konsumen dapat kembali membeli produk yang dihasilkan.

Melalui pengenalan kewirausahaan dalam bentuk seminar dan pendampingan, dampak dan manfaat yang diberikan adalah nyata, yaitu pihak mitra dapat mengimplementasikan pengetahuan mengenai ilmu kewirausahaan, pengembangan ide bisnis dan simulasi bisnis untuk memasarkan dan menyampaikan produk yang dihasilkan hingga tangan konsumen dengan baik. Saat ini produk madu yang dihasilkan oleh mitra masih dilakukan secara manual dan produk juga tidak memiliki logo maupun label apapun. Oleh karena itu, tahap pertama strategi pengembangan usaha yang disarankan dalam pendampingan adalah pembuatan identitas produk berupa logo produk.



Gambar 1. Sarang lebah madu Trigona yang dimiliki oleh mitra



Gambar 2. Madu Trigona yang dihasilkan mitra



Gambar 3. Logo Madu Trigona yang dihasilkan mitra

Selain itu, target luaran yang akan dihasilkan dari kegiatan PKM ini dapat berupa transfer pengetahuan mengenai kewirausahaan dan juga strategi pengembangan usaha, khususnya strategi pemasaran produk yang dihasilkan agar nantinya dapat diimplementasikan oleh pihak mitra.

Dari keseluruhan kegiatan yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa madu-madu yang dihasilkan Indonesia mempunyai kualitas yang sangat baik bahkan daya jualnya juga baik, mengingat khasiat madu untuk kesehatan sangat banyak. Namun di lain sisi, pengenalan mengenai kewirausahaan kepada mitra masih sangat terbatas. Selama ini mitra seringkali hanya bertindak hanya sebagai pedagang saja, yang menjual produk yang dihasilkan. Padahal seharusnya mereka bertindak sebagai wirausaha yang memahami strategi pengembangan usaha yang dapat membantunya dalam meningkatkan kinerja usahanya.

#### 4. KESIMPULAN

Dari kegiatan ini, mitra mendapat pemahaman yang lebih baik mengenai kewirausahaan, yang meliputi pemahaman proses kewirausahaan yang termasuk didalamnya pengenalan ilmu kewirausahaan dan ide pengembangan bisnis. Kegiatan pendampingan secara daring yang dilakukan terhadap para mitra juga bermanfaat untuk memberikan masukan-masukan yang diperlukan dalam pengembangan usaha mitra madu Trigona tersebut. Sebagai kelanjutan dari pengembangan usaha berikutnya, mitra meminta bantaun tim PKM untuk membuat label dan flyer mengenai madu Trigona agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

#### REFERENSI

- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal melalui pemberdayaan masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(1), 87-101.
- Nurrahmi, M., Saepudin, R., Zain, B. (2018). Strategi pemasaran madu hutan di kota Bengkulu. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*, 13(2), 157-171.
- Rapii, M. (2019). Mengukur Potensi Wirausaha pada Program Pelatihan Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. (*JMK*) *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 126-135.
- Riendriasari, S. D., & Krisnawati, K. (2017). Produksi propolis mentah (raw propolis) lebah madu trigona spp di pulau lombok. *ULIN: Jurnal Hutan Tropis*, 1(1).
- Setiawan, A., Sulaeman, R., & Arlita, T. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Lebah Madu Kelompok Tani Setia Jaya di Desa Rambah Jaya Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Online Mahasiswa Faperta*, 3(3).
- Winahyu, N., Amirudin, F., & Azizah, I. N. (2021). Analisis Pemasaran Lebah Madu Klanceng (*Trigona* sp.) di Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Agribest*, 5(1), 25-33.

Yuwomo, I., Salim, A. T. A., Romandoni, N., Putra, R. G., Rezika, W. Y., Putra, G. A., ... & Sari, P. A. (2021). Implementasi Iptek di Sektor Bisnis Rintisan (Start-Up) secara Daring pada Komuditas Madu Lebah Kelanceng di Wilayah Pacitan. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4).

*(halaman kosong)*