
PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN PRODUK MADU TRIGONA AI
KLETA DESA SEKONGKANG ATAS MELALUI APLIKASI SI BOSANG
DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT

*Development And Marketing Of Trigona Honey Products Ai Kleta Sekongkang Atas
Village Through The Si Bosang Application In Increasing Community Income*

Halikin, Afif Lillah*, Arifin saputra, Winda sapita, Yulia Andita Putri, Maysarah
Winda Aswati, Muhammad Hazriyansyah, Alung Adeles Pratam, Resti Andriyani,
Susila, M. Adriyan, Nana Malaudia, Sri Devi Febriana, Wandu Juhari, Ramdanil,
Nurul Aini, Muhammad Adnan

Universitas Cordova

Jl. Pd. Pesantren, Menala, Kec. Taliwang, Kabupaten Sumbawa Barat, Nusa
Tenggara Barat

Informasi artikel	
Korespondensi	: mafiflillah@gmail.com
Tanggal Publikasi	: 30 Agustus 2023
DOI	: https://doi.org/10.29303/wicara.v1i4.3510

PENDAHULUAN

Desa Sekongkang Atas memiliki kekayaan potensi alam dan keanekaragaman hayati, termasuk lebah Trigona yang melimpah. Pengembangan produk madu Trigona ai Creta di desa ini tidak hanya akan memberikan sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat setempat, tetapi juga membantu melindungi lingkungan dan keanekaragaman hayati.

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, sektor pertanian dan industri pangan memegang peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu bahan baku yang sangat potensial untuk dikembangkan adalah madu Trigona ai Kleta yang diproduksi di Desa Sekongkang Atas. Madu Trigona ai Kleta adalah jenis madu yang dihasilkan oleh lebah Trigona atau disebut juga dengan lebah kranseng atau lebah karet. Keunikan dan keistimewaan madu ini tidak hanya terletak pada rasa dan manfaat kesehatannya, tetapi juga pada proses pembuatannya yang melibatkan lebah madu Trigona, lebah asli Indonesia.

Madu dapat dimakan karena rasanya yang enak, nilai gizi, dan khasiatnya. Khasiat madu sangat dihargai oleh banyak orang sebagai makanan obat yang unik. Dan dapat memberikan energi tambahan bagi tubuh. Secara tradisional, madu sudah ada sejak zaman dahulu. Ini digunakan tidak hanya untuk tujuan medis dan terapeutik, tetapi juga untuk perawatan kosmetik dan keperluan industri. Lebah tidak hanya menghasilkan madu, tetapi juga dapat menghasilkan produk lain Lilin lebah, royal jelly, bee pollen, dll. memiliki efek dan nilai jual yang bagus. Madu memiliki prospek bisnis yang bagus dan pangsa pasar yang besar. Peternak berpartisipasi dalam kompetisi di bidang perlebaran. menghasilkan produk Karena lebah madu dapat diharapkan untuk dijadikan bisnis, saat ini masih banyak pemelihara lebah. (N. F. A. and I. N. A. Winahyu, 2021)

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 (Ie & Fransiska, 2021)

Pemasaran madu yang sering dilakukan peternak adalah menjual produknya secara langsung kepada konsumen. Sebagian peternak madu menjual produk dalam bentuk curah/botol tanpa merek dan ukuran tertentu. Hal ini disebabkan pengetahuan produsen madu terkait serapan teknologi pengolahan dan pemasaran produk masih kurang. (N. Winahyu et al., 2021)

Sehingga meningkatkan pemasaran produk madu dengan target pemasaran yang lebih luas guna memajukan kesejahteraan masyarakat secara berskala dan terus menerus melalui strategi pemasaran seperti Marketplace. Jika penggunaan marketplace ini dapat berjalan efektif, maka pemasaran produk akan mengalami peningkatan penjualan sehingga target pasar pun akan semakin besar dan tidak menutup kemungkinan untuk mencapai target yang diinginkan. (Junaidah et al., 2022)

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 (Ie & Fransiska, 2021)

METODE KEGIATAN

Pengembangan dan Pemasaran produk madu Trigona Ai Kleta desa Sekongkang Atas merupakan salah satu produk unggulan desa sekongkang atas yang sangat diminati oleh masyarakat semua kalangan, Kegiatan pengembangan produksi dan pemasaran madu trigona ai kleta di laksanakan oleh Mahasiswa KKN Tematik Universitas Cordova (UNDOVA) pada bulan Juli – Agustus 2023 Di Desa Sekongkang Atas, Kecamatan Sekongkang, Kabupaten Sumbawa Barat. Tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan Produk Madu Trigona Ai Kleta, Kelompok usaha Peternak lebah madu Trigona Ai Kleta Desa Sekongkang Atas tentunya akan terlibat langsung dalam kegiatan pembaharuan produk seperti pengemasan dan desain kemasan.
2. Pemasaran Produk, Kelompok Usaha Madu Ai Kleta desa sekongkang atas dilakukan dengan menyalurkan ilmu terkait pemanfaatan marketplace dan Perluasan Pasar khususnya untuk Madu Trigona.
3. Pemberdayaan masyarakat, Kegiatan ini dilakukan melalui sosialisasi dan pemaparan hasil produk madu trigona di luar kecamatan sekongkang.

Sitem yang digunakan untuk pengembangan madu trigona adalah melalui penangkaran, berupa kotak – kotak dengan ukuran 60 cm x 30 cm. Berikut adalah kotak madu trigona yang ditenakkan



Gambar 1 kotak lebah madu trigona

Setiap Kotak tentunya berbeda koloni lebah yang ditenakkan, karena lebah madu trigona memiliki sifat protektif terhadap rumah atau sarangnya. Setelah itu lebah akan menghasilkan madu sekitar 300 ml / kotak. Apabila ditotalkan peternak lebah akan menghasilkan sekitar 2700 ml atau 2,7 ltr untuk 9 Kotak sarang, total pendapatan sendiri di kisaran Rp.1.000.000 untuk sekali panen dengan jarak panen /3 bulan sekali. Sehingga diperlukan pemasaran dan pengemasan yang baik supaya meningkatkan hasil atau pendapatan masyarakat. adapun desain dari kemasan produk madu trigona ai kleta adalah sebagai berikut



Gambar 2. Desain Kemasan Madu Trigona

Desain Produk lokal dilakukan dengan menggunakan aplikasi canva dan Pacdora untuk 3D nya [Pacdora | 3D Packaging Design Online](https://www.pacdora.com/) desain 3d mempermudah dalam memvisualisasikan cara pengemasan kepada pihak desa dan kelompok usaha ai kleta desa sekongkang atas.

Kemudian pemasaran melalui marketplace dilakukan dengan memasukkan produk ke dalam aplikasi sibosang KSB, dan sosial media,

serta dilakukan pemasaran secara offline di luar daerah sekongkang yang dalam hal ini dibantu oleh peserta KKNT UNDOVA 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Budidaya Madu lebah trigona merupakan salah satu potensi yang dimiliki oleh desa sekongkang atas, kecamatan sekongkang, Kabupaten Sumbawa Barat. Dalam hal ini lebah madu yang ditenakkan masih tergolong baru sehingga perlu dilakukan pengembangan produk mulai dari pengemasan dan pemasaran. Dalam hal ini pengembangan yang dilakukan antara lain adalah sebagai berikut

Tahap Pengembangan

Lebah Trigona memiliki karakteristik yang cukup beragam dan hampir mirip seperti lebah madu biasanya. Namun lebah madu trigona tidak menyengat dikarenakan tidak memiliki sengat. Lebah madu trigona dapat menghasilkan 100 hingga 300 ml madu/ koloni. Pengembangan yang dilakukan meliputi,

1. Pemilihan lokasi

Lebah madu trigona disarankan lokasi yang tidak terlalu panas, dan memiliki pasokan makanan yang cukup, serta lingkungan yang terlindungi.

2. Kotak Sarang

Kotak sarang yang dibuat harus sesuai dengan ukuran lebah, ukuran sarang cukup memadai dengan memperhatikan ruang yang diperlukan oleh lebah. Seperti ruang untuk madu, ruangan untuk telur atau sarang lebah

3. Pendidikan dan pengetahuan mengenai lebah madu trigona

Lebah madu trigona memiliki karakteristik yang berbeda setiap koloninya, sehingga siklus, perilaku, dan pembiakannya perlu dipelajari dan diimplementasikan oleh peternak lebah.

4. Panen Madu

Saat Koloni nyaman dengan sarang yang dibuat, maka saat lebah mulai stabil, dan mulai menghasilkan madu. Maka peternak perlu menunggu sekitar 3 bulan untuk mendapat hasil yang maksimal.

Tahap Pengemasan

Madu trigona yang telah dilakukan pemanenan selanjutnya dilakukan pengemasan sebelum dipasarkan, madu yang belum dikemas biasanya memiliki harga jual yang berkisar di harga Rp100.000 /500 ml. Sehingga perlu dilakukan pengemasan dan branding untuk meningkatkan nilai jual dipasaran. Pengemasan yang dilakukan adalah dengan membagi madu hasil panen ke dalam botol 100 ml yang sudah dikemas dengan branding "MADU TRIGONA AI KLETA DESA SEKONGKANG ATAS". Hal ini dapat meningkatkan harga hingga 50.000 - 100.000/ 100 ml, maka total penghasilan petani yang didapatkan sekitar 250.000 - 500.000. selain itu madu trigona yang telah melakukan pengemasan tentunya akan bertahan lebih lama karena kedap udara.

Tahap Pemasaran

Pemasaran Merupakan kegiatan inti dari produksi madu trigona ai kleta, karena hasil dari kegiatan pemasaran dilakukan untuk meningkatkan produksi, hasil panen, dan perluasan pasar. Pemasaran yang dilakukan dapat melalui sosial media dan marketplace, serta secara offline. Pemasaran melalui media sosial tentunya adalah pengenalan produk kepada masyarakat luas mengenai, manfaat, pemesanan, produksi dan distribusi dari madu trigona ai kleta, sama halnya dengan marketplace madu trigona akan dengan mudah di distribusikan kepada konsumen dan juga dapat melakukan pesanan skala besar. Kemudian pemasaran secara

offline tentunya tidak se-efisien menggunakan marketplace (online) karena membutuhkan biaya pengiriman (distribusi) yang cukup mahal. Maka pemasaran secara offline hanya akan dilakukan di dalam wilayah sekongkang, apabila dilakukan pemasaran secara offline diluar wilayah sekongkang, tentunya dilakukan pemesanan secara massal. Setelah dilakukan pemasaran, selanjutnya adalah promosi untuk menarik pasar tidak hanya didalam pulau sumbawa tetapi bisa menembus pasar luar daerah.

KESIMPULAN

Pengembangan Lebah Trigona memiliki karakteristik yang cukup beragam dan hampir mirip seperti lebah madu biasanya. Pendidikan dan pengetahuan mengenai lebah madu trigona Lebah madu trigona memiliki karakteristik yang berbeda setiap koloninya, sehingga siklus, perilaku, dan pembiakannya perlu dipelajari dan diimplementasikan oleh peternak lebah. Tahap Pengemasan Madu trigona yang telah dilakukan pemanenan selanjutnya dilakukan pengemasan sebelum dipasarkan, madu yang belum dikemas biasanya memiliki harga jual yang berkisar di harga Rp100.000 /500 ml. Pemasaran melalui media sosial tentunya adalah pengenalan produk kepada masyarakat luas mengenai, manfaat, pemesanan, produksi dan distribusi dari madu trigona ai kleta, sama halnya dengan marketplace madu trigona akan dengan mudah di distribusikan kepada konsumen dan juga dapat melakukan pesanan skala besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilya, T. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Arief, N. N., & Pangestu, A. B. (2021). Perception and Sentiment Analysis on Empathic Brand Initiative During the COVID-19 Pandemic: Indonesia Perspective. *Journal of Creative Communications*, 10, 1-17. <https://doi.org/10.1177/09732586211031164>
- Firmansyah. (2020). Komunikasi Pemasaran. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ie, M., & Fransiska, A. (2021). PENGEMBANGAN USAHA MADU TRIGONA DI BELITUNG. *PROSIDING SERINA*. <https://journal.untar.ac.id/index.php/PSERINA/article/view/17682>
- Junaidah, J., Saputra, R., & Fanisyah, E. (2022). Pemanfaatan Marketplace Shopee Untuk Menunjang Pemasaran Produk Madu Trigona di Desa Gisting Atas. *Communautaire: Journal of ...* <https://serambi.org/index.php/comunautaire/article/download/16/15>
- 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*. <https://pdfs.semanticscholar.org/621d/189fad127b3242fae7f804c229bd83a7657f.pdf>
- Winahyu, N. F. A. and I. N. A. (2021). Analisis Pemasaran Lebah Madu Klanceng (*Trigona sp.*) di Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung pada Masa Pandemi Covid-19. *Agribest*, 25-33.
- Zainal, F. N. P. (2021, December). Government Management in Village-Owned Enterprises in Increasing Village Original Income in Kampar District. In *ICLSSE 2021: Proceedings of the 3rd International*
- Zainal, Z. (2018). Intergovernmental Relations Dalam Pemberian Konsesi Hutan Tanaman Industri Di Provinsi Riau. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 14(2), 92-114.

Zainal, Z. (2016). Dinamika Kebijakan Pemerintahan Desa Di Indonesia Dari Masa Ke Masa (Studi Tahun 1979-2015). *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 12(1), 19-36.

Zainal, M., Suworo, U., Mariana, D., & Redjo, S. I. (2017, November). Governance of Forest and Peatland Fire Prevention in Riau Province. In *International Conference on Democracy, Accountability and Governance (ICODAG 2017)* (pp. 122-125). Atlantis Press.

Zainal, M., Suworo, U., Mariana, D., & Redjo, S. I. (2017, November). Governance of Forest and Peatland Fire Prevention in Riau Province. In *International Conference on Democracy, Accountability and Governance (ICODAG 2017)* (pp. 122-125). Atlantis Press.