

Analisis SWOT Terhadap Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madu Kelulut Pada Kelompok Usaha Desa Petak Puti

Fendy Hariatama¹⁾, Merisa Oktaria²⁾, Windy Utami Putri³⁾, Rinto Alexandro⁴⁾,
Rendy Prayogo⁵⁾, Hendrowanto Nibel⁶⁾

^{1,2,3,4,5,6} FKIP Universitas Palangka Raya
(Diterima 30-03-2022; Disetujui 30-05-2022)
e-mail: fendyhariatama@kip.upr.ac.id

Abstract

The purpose of this study was to obtain data about the marketing strategy applied by the honey kelulut business group community, to know the implementation of the marketing strategy, to know the results of the SWOT analysis on the implementation of the marketing strategy and to find out the problems faced by the kelulut honey business group community in Petak Puti Village. This study uses a descriptive research method with a qualitative approach or data collection, interviews, observations and documentation. The subject of this research is the community of the honey kelulut business group in Petak Puti Village. The data analysis technique in this study used an interactive qualitative descriptive data analysis model consisting of three concurrent activity lines, namely: data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Based on the results of research and interviews, it was shown that at first this kelulut honey bee colony was an aid from the government. How to add a colony apart from government assistance, is also looking for colonies of honey bee kelulut in the forest or breaking up colonies of honey bee kelulut that already exists. In addition to maintaining stupa assistance from the government, they also look for kelulut honey bee colonies in the forest around the village and break up existing colonies, so that these colonies can later grow. As well as planting flowers that have enough pollen so that it can increase the productivity of the honey produced. The influencing factors are the cleanliness of the stupa, the safety of the stupa from rainy or hot weather, and also guarding against nuisance animal attacks. There are two kinds of stupa, namely stupa made of wood logs taken from the forest which directly have the colony and some are made of boards, the stupa is for the transfer of the colony. The post-harvest honey process is filtered into closed jars, allowed to stand for 2-3 days to reduce foam at the time of harvest, then poured into packaged bottles. The group entrusts the marketing of honey to the assistants, so that the assistants who market to the City of Palangka Raya and its surroundings go through agents/collectors in that city.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Honey Kelulut, Business Group

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data tentang strategi pemasaran yang diterapkan masyarakat kelompok usaha madu kelulut, mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran, mengetahui hasil analisis SWOT terhadap pelaksanaan strategi pemasaran serta mengetahui permasalahan yang dihadapi masyarakat kelompok usaha madu kelulut Desa Petak Puti. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif atau pengumpulan data, wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian ini merupakan masyarakat kelompok usaha madu kelulut Desa Petak Puti. Teknik Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisa data deskriptif kualitatif model interaktif yang terdiri dari tiga jalur kegiatan bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara menunjukkan bahwa Pada awalnya koloni lebah madu kelulut ini merupakan bantuan dari pemerintah. Cara menambah koloni selain dari bantuan pemerintah, juga mencari koloni lebah madu kelulut di hutan maupun memecah koloni lebah madu kelulut yang sudah ada. Selain memelihara bantuan stup dari pemerintah juga mencari koloni lebah madu kelulut di hutan sekitar desa dan melakukan pemecahan koloni yang ada, agar koloni tersebut nantinya dapat bertambah. Serta menanam bunga yang mempunyai serbuk sari yang cukup banyak sehingga bisa menambah produktivitas madu yang dihasilkan. Faktor yang mempengaruhi yaitu kebersihan stup, keamanan stup dari cuaca hujan atau panas, dan juga menjaga dari serangan binatang pengganggu. Ada dua macam bentuk stup, yaitu stup yang terbuat dari kayu log yang diambil dari hutan yang langsung memiliki koloni dan ada yang terbuat dari papan, stup tersebut untuk pemindahan koloni. Proses madu pascapanen yaitu disaring ke toples tertutup ditinggalkan selama 2-3 hari untuk mengurangi buih pada saat panen, lalu dituang ke botol-botol kemasan. Kelompok mempercayakan pemasaran madu kepada pendamping, sehingga pendamping yang memasarkan ke Kota Palangka Raya dan sekitarnya melalui agen/pengepul yang ada di kota tersebut.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Madu Kelulut, Kelompok Usaha

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan ujung tombak yang sangat perlu diperhatikan, walaupun pada dasarnya semua fungsi dalam perusahaan merupakan suatu sistem yang saling berhubungan, saling mempengaruhi, dan tidak dapat dipisahkan. Pentingnya pemasaran menyebabkan perusahaan berusaha untuk berhasil di bidangnya dengan melakukan berbagai langkah strategis dalam pemasaran yang sering disebut dengan strategi pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan kelangsungan hidup usahanya dimana dalam aktivitas atau kegiatannya sehari-hari erat hubungannya dengan penjualan barang dan jasa. Pemasaran digambarkan oleh orang sebagai fungsi dalam penyusunan yang bersifat koordinatif dan integratif dari penyesuaian penawaran dan permintaan. Namun sejalan dengan perkembangan historis pemasaran itu sendiri. Definisi tersebut mula-mula fokusnya terhadap barang-barang. Kemudian kepada lembaga yang melaksanakan proses pemasaran dan berakhir pada fungsi-fungsi yang dilaksanakan kepada transaksi-transaksi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan suatu manajemen yang disusun untuk mempercepat pemecahan persoalan pemasaran dan membuat keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Sumber-sumber yang mendasari tekanan pemasaran ini memperlihatkan kekuatan dan kelemahan perusahaan yang penting dan menghidupkan posisinya dalam industri, menegaskan bidang-bidang dimana perusahaan strategi dapat menghasilkan manfaat terbesar, serta menyoroti bidang-bidang dimana kecenderungan industri menjanjikan adanya peluang dan ancaman yang besar. Untuk dapat menentukan strategi dalam melakukan suatu pemasaran, terlebih dahulu mempertimbangkan empat faktor utama yang dapat dicapai perusahaan itu meliputi faktor intern dan faktor ekstern.

Permasalahan manajemen dalam perusahaan merupakan salah satu bagian yang sangat penting. Pemasaran yang dilakukan dengan strategi yang baik akan dapat menempatkan produk pada posisi yang tepat dan menguasai pasar. Konsep pemasaran merupakan strategi perusahaan yang berorientasi pada pasar. Dan berusaha menghasilkan apa yang diinginkan konsumen, dengan juga meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Perusahaan perlu menetapkan keputusan strategi dan kebijakannya agar tujuan dapat tercapai. Perencanaan strategi pemasaran yang baik merupakan alat yang sangat berguna untuk menjalankan proses pemasaran secara efektif dan efisien, dengan penyusunan rencana yang baik sebelum diimplementasikan pada tahap selanjutnya merupakan langkah-langkah dalam mendapatkan hasil yang maksimal, sehingga strategi yang di pilih diharapkan dapat mengakomodasikan berbagai permasalahan yang akan terjadi dalam perusahaan. Adapun salah satu cara untuk menganalisis strategi perusahaan adalah dengan menggunakan metode analisis S.W.O.T yang pada dasarnya mampu untuk mengetahui profil perusahaan berdasarkan lingkungan internal, serta analisis lingkungan eksternal perusahaan agar perusahaan senantiasa mampu menghadapi kompetitor dan memperluas jaringan pelanggan serta meningkatkan laba. Analisis *SWOT (strength, weaknesses, opportunities, and threat)* sangat diperlukan bagi para pengusaha terutama pengusaha baru untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan strategi yang digunakan dalam menunjukkan usaha atau perusahaan yang dijalankan.

Berdasarkan uraian di atas perusahaan/ usaha "MADU KELULUT" kelompok usaha di desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas sangat memerlukan adanya rencana strategi pemasaran yang tepat agar kelompok usaha dapat menyusun keputusan atau kebijakan dan tindakan untuk mencapai tujuan dan target perusahaan. Dimana terdapat jenis usaha yang sama yang juga dijalankan oleh kelompok usaha yang lainnya kecamatan tersebut. Untuk itu

diperlukan kejelian, kewaspadaan, dan keterampilan untuk menentukan suatu kebijakan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan daya saing bisnis yang kompetitif, sehingga dapat membawa masyarakat kelompok usaha kearah yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis berkeinginan untuk mendalami lebih jauh mengenai apa saja upaya yang telah dilakukan oleh kelompok usaha “MADU KELULUT” di Desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas dalam memasarkan produknya, maka dari itu penulis mengambil judul: “**Analisis SWOT Terhadap Pelaksanaan Strategi Pemasaran Madu Kelulut Pada Kelompok Usaha Desa Petak Puti**”.

Berdasarkan paparan per-masalahan di atas, maka fokus penelitian tersebut, sebagai berikut: Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran madu kelulut pada kelompok usaha desa petak puti, Bagaimana hasil analisis SWOT terhadap pelaksanaan strategi pemasaran madu kelulut pada kelompok usaha desa petak puti, Permasalahan apa yang dihadapi masyarakat kelompok usaha dalam memasarkan produknya.

METODE

Penelitian pada skripsi ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan teknik analisis deskriptif kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kualitatif.

Penelitian dilakukan di kelompok usaha Madu Kelulut, yang beralamat-kan di Desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kalimantan Tengah

Metode analisis data merupakan langkah yang diambil setelah data yang dibutuhkan terkumpul. Tujuan analisis ini adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan interpretasi, sehingga dapat membantu dalam dipakai dalam penelitian ini pemecahan masalah penelitian. Pada dasarnya metode analisa yang digunakan adalah analisa kualitatif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah mengumpulkan data, mengklasifikasikannya sekaligus menganalisisnya. Menurut P. Joko Subagyo (2003:106) teknik analisis data kualitatif adalah suatu sistem teknik analisa dengan mengumpulkan berupa informasi dan uraian, dimana data tersebut tidak dapat diukur dengan angka, sehingga memerlukan penjabaran-penjabaran melalui uraian. Seperti Sugiyono yang mengutip dari Miles dan Huberman (2009:334), “Mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh”. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha budidaya lebah madu kelulut Kelompok Usaha “PASIR PUTI” di Desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas.

FAKTOR PENDUKUNG

Faktor pendukung yang mempengaruhi pengembangan usaha budidaya lebah madu kelulut Kelompok Usaha “PASIR PUTI” di Desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas adalah:

Izin pelaksanaan kegiatan organisasi kelompok usaha

Izin pelaksanaan kegiatan organisasi kelompok usaha menjadi faktor pendukung dalam terbentuknya Kelompok Usaha “PASIR PUTI” sehingga dapat berkembang sampai seperti sekarang. Kelompok Usaha “PASIR PUTI” memperoleh izin melalui Lembaga Pengelolaan Hutan Desa (LPHD) Desa Petak Puti dan juga Kelompok Usaha “PASIR PUTI” sudah memiliki AD/ART dalam pelaksanaan organisasi Kelompok Usaha “PASIR PUTI”. Memiliki Pendamping Kelompok Usaha sekaligus Mitra Usaha Kelompok Usaha “PASIR PUTI” memiliki pendamping kelompok usaha sekaligus mitra usaha dari instansi KPHP KAPUAS TENGAH UNIT XI sehingga ditugaskan seorang Aparatur Sipil Negara (ASN) dari

instansi tersebut untuk membantu pembinaan anggota kelompok dalam pembudidayaan lebah madu kelulut hingga membantu dalam memasarkan madu lebah kelulut yang sudah dipanen.

Pendapatan Kelompok Usaha

Pendapatan yang diperoleh oleh Kelompok Usaha “PASIR PUTI” cukup membantu dalam pemenuhan ekonomi para anggota kelompok usaha karena produksi dan pemasaran madu selalu meningkat. Dari paparan data pada temuan penelitian dapat dikemukakan bahwa faktor penghambat yang mempengaruhi pengembangan usaha budidaya lebah madu kelulut Kelompok Usaha “PASIR PUTI” di Desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas adalah:

Cuaca yang tidak menentu dan kelembapan yang tinggi di sekitar lokasi budidaya lebah madu kelulut.

Keadaan iklim di sekitar lokasi budidaya yang tidak menentu dan kelembapan yang tinggi menjadi faktor penghambat dalam pengembangan usaha budidaya lebah madu kelulut Kelompok Usaha “PASIR PUTI” karena curah hujan yang sangat tinggi pada bulan Desember-April membuat serbuk sari basah sehingga lebah madu kelulut sulit mendapatkan pakan. Kelembapan yang tinggi juga membuat lebah madu kelulut tidak dapat beraktivitas secara normal, sehingga membuat lebah jarang keluar dari stup mencari pakan. Karena lebah kelulut (*Trigona sp*) maupun jenis lebah lainnya menghendaki tempat yang tidak terlalu lembab dan tidak terlalu kering. Kondisi yang terlalu lembab dapat mengakibatkan timbulnya bakteri maupun jamur disekitar sarang yang dapat berakibat pada pembusukkan telur dan berkurangnya kesehatan lebah.

Adanya binatang pengganggu yang dapat membuat lebah madu kelulut berpindah tempat jika tidak diatasi.

Binatang pengganggu seperti cicak, semut, rayap, dan laba-laba juga merupakan faktor yang menjadi penghambat bagi Kelompok Usaha “PASIR PUTI” dalam mengembangkan usaha budidaya lebah madu kelulut sehingga dilakukan pemeliharaan dan perawatan stup dengan cara melindungi stup menggunakan sapu lidi dan racun pembasmi serangga (kapur ajaib/HIT) secara rutin oleh anggota kelompok.

Kurangnya keterampilan dalam menangani pasca panen madu lebah kelulut.

Kurangnya kemampuan dan keterampilan anggota kelompok dalam menangani pasca panen, sehingga perlu adanya pendampingan dan dukungan secara terus menerus dari instansi KPHP Kapuas Tengah Unit XI.

Anggota kelompok masih kesulitan dalam pemasaran madu lebah kelulut.

Anggota kelompok sampai saat ini masih kesulitan dalam memasarkan madu lebah kelulut dikarenakan kondisi lokasi usahayang jauh dari kota dan akses jalan juga masih rusak, serta kurangnya pengetahuan tentang akses pasar sehingga masih membutuhkan bantuan dari pendamping kelompok usaha serta mitra usaha untuk melakukan pemasaran madu lebah kelulut.

Strategi pengembangan usaha budidaya lebah madu kelulut Kelompok Usaha “PASIR PUTI” di Desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas Dari paparan data pada temuan penelitian dapat dikemukakan bahwa strategi pengembangan usaha budidaya lebah madu kelulut yang dilakukan oleh Kelompok Usaha “PASIR PUTI” di Desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas adalah :

Pengembangan Koloni Lebah Madu Kelulut

Pada awalnya koloni lebah madu kelulut yang dimiliki oleh Kelompok Usaha “PASIR PUTI” merupakan bantuan berupa 25 stup lebah madu kelulut dari instansi BPSKL Wilayah Kalimantan. Untuk mengembangkan koloni lebah madu kelulut tersebut, anggota kelompok berupaya mencari lebah madu kelulut di hutan sekitar Desa.

Petak Puti dan juga dapat memecah koloni yang ada jika koloni yang ada sudah memenuhi stup dengan membagi tapis lebah madu kelulut ke stup yang baru.

Pembuatan dan Perawatan Stup Box Lebah Madu Kelulut

Untuk membuat stup lebah madu kelulut, anggota Kelompok Usaha “PASIR PUTI” mempersiapkan bahan yaitu paku, papan, log kayu, karpet, plastik hitam, plastik bening/transparan, dan kardus/esbes. Koloni yang diambil dari hutan, cara membuat log stup awalnya dengan memotong kayu yang sudah tersedia koloninya dengan panjang 50 cm dan besarnya sesuai dengan diameter lebar pohon yang tersedia. Lalu kemudian membuat box stup atas menggunakan papan ukuran tebal 2 cm x lebar 20 cm, dengan ukuran stup lebar 40 cm x panjang 45 cm. Ditengah box dilubangi selebar 8 cm untuk tempat induk lebahkelulut naik dari log stup ke box stup, dan untuk tutup stup menggunakan papan ukuran tebal 2 cm x lebar 20 cm dengan besar tutupnya 45 cm x 50 cm lalu dilapisi dengan kardus/esbes dan karpet agar didalam stup tidak basah. Stup untuk pemecahan koloni, kalau yang biasanya dibuat menggunakan log stup dari kayu bulat, sehingga dibuat pengganti log kayu bulat dari papan yang terbuat dari kayu meranti untuk papan log stup dengan ukuran papan tebal 2 cm x 15 cm dengan lebar 15 cm x 15 cm persegi dan tingginya 30 cm lalu di tengah log stup dilubangi pakai bor untuk tempat induk lebah kelulut bisa keluar masuk. Lalu kemudian membuat box stup atas, dibuat menggunakan papan ukuran 2 cm x 20 cm, lalu dibuat box dengan lebar 40 cm x panjang 45 cm. Ditengah box dilubangi selebar 8 cm untuk tempat induk lebah kelulut naik dari log stup ke box stup. Dan pembuatan tutup box atas menggunakan papan ukuran 2 x 20 cm, lalu dibuat tutup box dengan ukuran lebar 45 cm x panjang 50 cm, lalu dilapisi dengan kardus/esbes dan karpet agar didalam stup tidak basah. Dalam merawat stup lebah madu kelulut, anggota kelompok bersama-sama secara rutin mengontrol stup dari binatang pengganggu seperti cicak, semut, rayap, dan laba-laba. Sehingga untuk memberantas binatang pengganggu tersebut, anggota kelompok menyemprotnya dengan racun serangga atau bisa juga diberantas menggunakan sapu lidi. Untuk menyemprot menggunakan racun serangga, anggota kelompok melakukannya pada malam hari karena menunggu lebah kelulut tidak beraktivitas di luar stup. Selain binatang pengganggu, anggota kelompok usaha budidaya lebah madu kelulut “PASIR PUTI” juga mengontrol keadaan suhu di dekat tempat budidaya lebah madu kelulut. Jika terlihat stup terkena terik matahari sepanjang hari maka stup tersebut dipindahkan ke tempat yang teduh agar lebah madu kelulut tidak berpindah tempat.

Meningkatkan Produksi Madu Lebah Kelulut

Dalam meningkatkan produksi madu lebah kelulut, kelompok usaha berusaha menanam pakan tambahan berupa tanaman yang memiliki serbuk sari di sekitar lokasi budidaya untuk berjaga-jaga jika tumbuhan liar di hutan tidak berbunga sehingga masa paceklik bagi lebah madu kelulut dapat diminimalisir. Selain itu, kelompok usaha berusaha menambah koloni dengan mencari koloni lebah madu kelulut di hutan sekitar Desa Petak Puti dan dapat memecah koloni yang ada jika tapis koloni sudah memenuhi stup. Serta menjaga stup dari serangan binatang pengganggu dan mengontrol keadaan suhu stup, karena lebah madu kelulut akan berpindah tempat jika stupnya dirasa tidak aman.

Pasca Panen Madu Lebah Kelulut

Pasca panen lebah madu kelulut merupakan proses setelah panen lebah madu kelulut. Pada proses ini, kelompok menjaga kualitas madu dengan mengurangi kadar air pada madu yang membuat madu berbuih setelah panen dengan menempatkan madu pada toples tertutup dan didiamkan selama 2 - 3 hari sebelum dilakukan pengemasan. Pengemasan dilakukan menggunakan botol kecil berukuran 140 ML lalu ditempelkan stiker produk sehingga memiliki daya tarik bagi konsumen. Kemudian madu yang sudah dikemas diserahkan kepada pendamping kelompok usaha sekaligus mitra usaha untuk dipasarkan ke Kota melalui agen atau langsung ke konsumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengembangan usaha budidaya lebah madu kelulut kelompok usaha “PASIR PUTI” di Desa Petak Puti Kecamatan Timpah Kabupaten Kapuas dapat ditarik suatu kesimpulan:

Strategi awal pengembangan usaha budidaya lebah madu kelulut pada Kelompok Usaha “PASIR PUTI” melalui penambahan stup yang dilakukan oleh anggota kelompok. Koloni lebah madu kelulut yang awalnya didapat melalui bantuan dari BPSKL wilayah Kalimantan, dikembangkan melalui dua cara, yaitu mencari/mendapatkan koloni lebah madu kelulut di hutan sekitar desa petak puti dan bisa juga melalui pemecahan koloni yang sudah ada jika tapis koloni yang ada sudah memenuhi stup.

Sebagai kelompok pembudidaya lebah madu kelulut, Kelompok Usaha “PASIR PUTI” juga memiliki faktor penghambat dalam pembudidayaan lebah madu kelulut seperti keadaan iklim yang sering berubah di sekitar lokasi budidaya, adanya binatang yang mengganggu lebah madu kelulut seperti cicak, semut, rayap dan laba-laba. Keadaan tersebut akan membuat lebah madu kelulut berpindah tempat. Sehingga oleh sebab itu, strategi kelompok meminimalisir ancaman tersebut dengan membuat stup yang sesuai dengan keadaan suhu di lokasi budidaya lebah madu kelulut serta melakukan perawatan dan pengawasan stup dari binatang pengganggu secara rutin menggunakan racun yang disemprot di sekitar stup atau memberantasnya dengan sapu lidi. Strategi yang digunakan dalam menambah produksi madu lebah kelulut pada Kelompok Usaha “PASIR PUTI” yaitu menanam tanaman yang menghasilkan bunga sebagai pakan tambahan lebah, karena ada bulan tertentu tumbuhan hutan tidak berbunga sehingga anggota kelompok pembudidaya melakukan penanaman tanaman bunga yang menghasilkan serbuk sari cukup banyak untuk menjadi pakan tambahan lebah madu kelulut selain pakan yang memang alami dari hutan sekitar Desa Petak Puti.

Pasca panen madu lebah kelulut yang menekankan pada kualitas keaslian madu membuat pembudidaya saat melakukan panen madu selalu menjaga madu dari tempat yang kotor. Setelah panen sebelum dilakukan pengemasan, untuk mengurangi kadar air pada madu yang membuat madu berbuih pada saat panen maka madu ditaruh di toples tertutup yang didiamkan selama 2 - 3 hari untuk mengurangi kadar air tersebut. Setelah itu madu disaring, kemudian dituang ke botol-botol kemasan yang sudah dinyatakan bersih dan sudah memiliki stiker produk sehingga memiliki daya tarik bagi pembeli. Setelah semuanya dikemas, kemudian diserahkan kepada pendamping usaha sekaligus mitra usaha untuk kemudian dipasarkan ke Kota melalui agen atau konsumen langsung

Saran

Saran dari peneliti sebagai dasar pertimbangan atau masukan bagi kelompok usaha budidaya lebah madu kelulut “PASIR PUTI” adalah sebagai berikut:

Dilihat dari sektor pemasaran produk madu lebah kelulut kelompok usaha “PASIR PUTI” yang masih dibantu oleh pendamping kelompok usaha atau mitra usaha, diharapkan pendamping kelompok usaha agar memberikan pelatihan ataupun penyuluhan kemampuan dalam memasarkan produk madu lebah kelulut yang lebih baik lagi sehingga kedepannya dapat menambah akses pasar dan kelompok konsumen yang menjadi sasaran dalam pemasaran madu lebah kelulut supaya usaha budidaya lebah madu kelulut dapat lebih berkembang lagi dan usaha ini dapat berkelanjutan.

Diharapkan untuk kelompok usaha budidaya lebah madu kelulut “PASIR PUTI” dapat memprioritaskan produk maupun harga yang dipasarkan agar mampu memproduksi produk madu lebah kelulut lebih banyak lagi sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar dengan harga yang mampu bersaing dari para pesaing lainnya supaya produk madu lebah kelulut Kelompok Usaha “PASIR PUTI” tetap bersaing di pasaran.

Dilihat dari faktor penghambat dalam budidaya lebah madu kelulut Kelompok Usaha “PASIR PUTI”, yaitu keadaan cuaca yang tidak normal yang dapat membuat serbuk sari basah jika terkena hujan dan kelembapan tinggi sehingga membuat lebah tidak dapat beraktivitas

dengan normal karena kondisi yang terlalu lembab di sekitar sarang dapat mengakibatkan timbulnya bakteri maupun jamur yang dapat berakibat pada pembusukan telur dan berkurangnya kesehatan lebah madu kelulut. Supaya masalah tersebut dapat teratasi, diharapkan kelompok pembudidaya dapat membuat stup yang bisa menjaga kondisi kesehatan lebah dari gangguan iklim sehingga menghindari terjadinya kelembapan suhu di dalam stup.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2002). *Manajemen Pemasaran, Konsep Dasar Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Adji Suranto. 2008. *Khasiat dan Manfaat Madu Herbal*. Jakarta: PT. AgroMedia Pustaka.
- Al Fady, Moh. Faisol. (2015). *Madu dan Luka Diabetik*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari, Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran edisi revisi*. Jakarta LP-FEUI.
- Cahandra, Gregorius. (2001). *Service Quality and Satisfacation*. Yogyakarta: Andi
- Daryanto. (2011). *Sari Kulia Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- David. (2006). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Salemba Empat
- Frinces, Heflin. (2006). *Manajemen Strategik*. Jogjakarta: Media Pustaka.
- Fendy Hariatama. (2021). Analisis SWOT Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Lembaga Pendidikan Prima Mandiri Utama Palangka Raya. *Edunomics Journal*. Vol 2 no 1. Hal 1-12. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/2078>.
- Goh, T.H Sunny, dan Khoo Kheng-Hor. (2005). *Marketing Wise*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer
- Hurriyati, Ratih. (2005). *Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfa Beta: Bandung.
- Joko Subagyo. 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prenhalindo.
- . (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rordakarya.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- . (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rodiosunu. (2001). *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Tristo. Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Rinto Alexandro, Windy Utami Putri, Yanti Nurmawati. (2020). Analisis SWOT Pada Pemasaran Batik Benang Bintik Lestari Indah Palangka Raya. *EKUITAS: Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol 8 No 1 hal 71-79. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU/article/view/24689>.
- Rinto Alexandro, Richard A Butarbutar, Tonich Uda, Dehen Erang. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cell Com Palangka Raya (*Analysis Of Marketing Strategy In Increasing Sales Volume At Cell Com Palangka*

- Raya*). *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol 7 No 1. Hal 1-6. <http://journal.umpa.lanekaraya.ac.id/index.php/neraca/article/view/2495>.
- Rima MEILINDA. (2020). Analisis SWOT Marketing MIX Pada SMA Muhammadiyah 1 Palangka Raya. *Edunomics Journal*. Vol 1 no 1 hal 8-13. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/1611>.
- Swastha, Basu. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Liberty.
- Sundari Sundari, Eko Riadi, Rinto Alexandro, Fendy Hariatama, Merisa Oktaria. (2022). Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba (Studi Kasus Pada Cokelat Klasik Palangka Raya). *Edunomics Journal*. Vol 3 No 1 Januari 2022. Hal 1-10. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/edu/article/view/3871>.
- Sundari Sundari, Revnussa Oktobery, Jacob Abolladaka. (2021). Strategi Usaha Dengan Analisis SWOT Pada Rental Adinda Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*. Vol 12 no 1. Hal 49-56. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS/article/view/1135>.
- Wahyudi, (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Sulita
- Wulansari, D. (2018). *Madu Sebagai Terapi Komplementer*. Yogyakarta: Graha Ilmu