

Optimalisasi Pemasaran Madu Trigona Melalui Inovasi Produk Dan Media Digital

Desy Dwi Handayani¹, Fadila Muajaba Kasanah², Ahmad Dwi Afrizal Putra³, Deny Wahyu Tricana^{4*}

^{1,3}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

² Program Studi Ilmu Pemerintahan, FISIPOL, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

⁴ Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIPOL, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email: ¹desydwil012@gmail.com, ²fadilamuajaba06@gmail.com, ³ahmaaddwi.56@gmail.com,

^{4*}deny.tricana@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak - Mrayan Trigona Park merupakan tempat budidaya lebah madu trigona dan dijadikan sebagai tempat edukasi. Madu Trigona ialah madu yang dihasilkan oleh lebah yang tidak menyengat. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh peternak terkait pemasaran produk. Perlu adanya inovasi-inovasi agar dapat menarik minat konsumen dan siap dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini yaitu terkait pelabelan kemasan yang lebih menarik dan memuat informasi yang lebih lengkap, inovasi rasa pada madu, serta pembuatan media sosial sebagai media pemasaran dan promosi.

Kata Kunci: Madu Trigona, Inovasi Produk, Media Pemasaran

Abstract - Mrayan Trigona Park is a place for cultivating trigona honeybees and is used as an educational place. Trigona honey is honey produced by stingless bees. The aim of this research is to identify the obstacles faced by farmers regarding product marketing. Innovations are needed to attract consumer interest and be ready to face competition. This research uses a qualitative approach with observation and interview methods. The results of this research are related to packaging labeling that is more attractive and contains more complete information, innovation in honey flavors, and the creation of social media as a marketing and promotional medium.

Keywords: Trigona Honey, Product Innovation, Marketing Media

1. PENDAHULUAN

Desa Mrayan terletak di pegunungan yang berada di Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo. Masyarakat di Desa Mrayan mayoritas bekerja sebagai petani, mereka memanfaatkan lahan pertanian untuk ditanami porang dan empon-empon. Selain sektor pertanian, Desa Mrayan juga memiliki potensi unggulan lain yaitu Mrayan Trigona Park. Mrayan Trigona Park merupakan kawasan budidaya lebah tidak bersengat penghasil madu dan sarana edukasi yang didirikan oleh Kelompok Tani Hutan (KTH) Enggal Mulyo Lestari Desa Mrayan Kecamatan Ngrayun (Wijaya, 2020). Madu yang dihasilkan ini berasal dari lebah *trigona* berjenis klanceng. Lebah ini tidak memiliki sengat dan madu yang dihasilkan memiliki kualitas yang tinggi. Keberadaan Mrayan Trigona Park menjadikannya sebuah konsep terintegrasi dari pembudidayaan lebah trigona yang berbasis hutan rakyat dan berperan sebagai *show window* bagi Kelompok Tani Hutan.

Budidaya lebah *trigona* masih sangat jarang ditemui. Sebab, budidaya lebah *trigona* diperlukan keterampilan dan skill yang memadai. Hal yang perlu diperhatikan yaitu penyediaan tempat, pembuatan stup, membagi koloni, memanen madu, dan penyediaan pakan (Irundu dkk, 2021). Dalam setahun, madu dapat dipanen 2-3 kali saja agar tidak merusak koloni. Kapasitas produksi madu yang dihasilkan juga tergantung musim. Ketika musim kemarau, hasil madu yang dipanen lebih sedikit. Produk madu *trigona* memiliki harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan hasil lebah *Apis* (lebah bersengat), dikarenakan produk ini cukup sulit didapatkan serta memiliki manfaat yang besar dari madunya.

Madu Trigona kaya akan nutrisi bermanfaat, termasuk asam amino, vitamin (vitamin A, vitamin E, vitamin C, vitamin B1, B2, dan B6), karbohidrat, protein, serta mineral. Madu Trigona memiliki kandungan mineral tertinggi, yaitu kalsium. Madu Trigona memiliki banyak kandungan

gizi dan senyawa bioaktif berupa kuersetin dan fenol yang tinggi. Karena kandungan fenolnya, madu *Trigona* memiliki kadar antioksidan yang lebih tinggi daripada madu lain dari genus *Apis*. (Pertiwi dkk., 2023)

Perbedaan lainnya dari lebah *Trigona* yaitu pada kadar air, karakter rasa asam yang khas, dan aktivitas mikroba di dalamnya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa madu klanceng atau *trigona* mengandung antioksidan dan aktivitas mikroba yang relatif lebih tinggi dibanding lebah lainnya (Harjanto dkk., 2020). Kadar air madu *Trigona* juga jauh lebih tinggi dibandingkan dengan madu dari lebah genus *Apis*, meskipun kadar total karbohidrat dan kadar gulanya sedikit lebih rendah. Dari segi rasa, madu *Trigona* yang dihasilkan oleh lebah *Trigona* asli Asia berkarakteristik asam dengan pH berkisar antara 3,2 sampai 4,5 dan tahan terhadap fermentasi. Rasa yang khas pada madu *Trigona* yaitu campuran manis dan asam, dan warna yang lebih jernih. Umumnya warna madu *Trigona* yang dihasilkan bervariasi dan akan mempengaruhi kandungan gula pereduksinya. Madu yang berwarna semakin gelap pertanda bahwa mengandung kadar gula pereduksi yang tinggi (Hakim dkk., 2021).

Dibalik sejuta manfaat yang dihasilkan dari madu *Trigona*, terdapat sisi lain yang menjadikan madu tersebut kurang diminati oleh konsumen yaitu terkait dengan rasa. Selain itu, produk ini juga belum menguasai pasar dikarenakan kurang maksimalnya media promosi oleh pengelola Mrayan Trigona Park. Oleh karena itu, penulis melakukan upaya inovasi produk agar madu *Trigona* semakin dilirik oleh konsumen di berbagai kalangan. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "**Optimalisasi Pemasaran Madu Trigona melalui Inovasi Produk dan Media Digital**".

2. METODE

Penelitian pada penulisan artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam proses inovasi yang dilakukan oleh peternak madu *Trigona* serta dampaknya terhadap daya saing nilai tambah. Penelitian dilakukan selama bulan Agustus. Lokasi penelitian berada di Mrayan Trigona Park. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara secara langsung ke peternak madu. Menurut (Creswell., 2016), peneliti harus turun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas dilokasi penelitian. Peneliti melakukan observasi langsung di lapangan mulai proses panen hingga pengemasan produk. Wawancara dilakukan dengan peternak madu *Trigona* untuk mengidentifikasi inovasi yang akan dilakukan dimasa mendatang, tantangan yang dihadapi, serta dampak inovasi terhadap peningkatan daya saing dan nilai tambah. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis naratif. Metode ini membantu penulis untuk menyusun suatu rencana tindak lanjut dari data yang dihasilkan pada penelitian tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam upaya pengembangan UMKM dilakukan di Desa Mrayan, tepatnya di Mrayan Trigona Park. Tim peneliti sudah melakukan observasi maupun wawancara kepada pengelola Trigona Park. Data yang diperoleh mulai dari proses panen, pengemasan, hingga pemasaran.

Tim peneliti sudah mengikuti secara langsung proses panen lebah *trigona*. Pengelola *Trigona* sudah memiliki alat yang digunakan untuk mengambil madu. Alat tersebut dibuat oleh pengelola *Trigona Park* yang terbuat dari dinamo tersambung dengan selang dan wadah madu. Ketika alat tersebut dinyalakan, madu pada sarang akan terhisap melalui selang dan mengalir ke wadah penampung hasil panen. Alat ini dapat mempersingkat waktu pemanenan madu dan kualitas madu akan terjaga dikarenakan pemanenan dilakukan tanpa bersentuhan dengan tangan, sehingga terjaga ke higienisannya (Idkham dkk, 2023). Kemudian dilakukan penyaringan yang bertujuan untuk menghilangkan serbuk sari dan lebah yang ikut terhisap saat pemanenan.

Madu *Trigona* menghasilkan rasa yang berbeda daripada madu pada umumnya. Rasa yang dihasilkan manis cenderung asam. Rasa tersebut kurang disukai oleh banyak orang, terutama pada

anak-anak. Padahal madu tersebut memiliki banyak manfaat yang menyehatkan tubuh. Peneliti sudah melakukan pengujian inovasi rasa madu dengan menambahkan kayu manis dan bubuk buah-buahan yang dikeringkan. Produk ini tersedia dalam kemasan yang berbeda agar dapat diatur sesuai selera dan tidak merusak masa konsumsi produk madu tersebut. Akan tetapi, peneliti belum membuat kemasan baru produk inovasi tersebut dikarenakan terbatasnya waktu.



Gambar 1. Alat Memanen Madu

Dari segi pelabelan, produk madu *trigona* sudah tersedia label pada kemasan. Akan tetapi, perlu adanya perbaikan mengingat pentingnya pelabelan pada produk. Menurut (Kotler and Keller, 2009), tujuan label sebagai berikut:

- a. Media informasi tentang isi produk
- b. Sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen mengenai produk tersebut
- c. Sarana periklanan bagi produsen
- d. Memberi rasa aman bagi konsumen

Label pada kemasan juga sudah tertera logo halal, sehingga akan membuat konsumen merasa aman untuk mengonsumsi produk tersebut. Informasi lain seperti komposisi dan cara penyimpanan dicantumkan pada kemasan. Desain label dibuat lebih menarik yang memiliki keselarasan bentuk, struktur, warna, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.



Gambar 2. Pelabelan

Perkembangan *digital marketing* saat ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha. Strategi pemasaran yang berhasil dapat meningkatkan *brand* dan mendatangkan pelanggan (Wati dkk, 2020). Dalam upaya membantu menyebarluaskan informasi mengenai Mrayan Trigona Park beserta produk madu yang dihasilkan maka diadakan pembuatan akun media sosial berupa instagram dengan username: @mrayantrigonapark.

Media sosial tersebut selain digunakan sebagai media informasi mengenai budidaya lebah *Trigona*, juga dapat digunakan sebagai media promosi madu *trigona*. Melalui *platform* media sosial, pelaku usaha bisa menjalin kedekatan dengan para konsumennya. Dapat berupa promosi ataupun pemberian review tentang produk yang dipasarkan (Saputra dkk, 2020). Hal ini tentunya akan mengoptimalkan pemasaran produk.



Gambar 3. Media Sosial Instagram Mrayan Trigona Park
Sumber: <https://www.instagram.com/mrayantrigonapark/?pk=MPF3d0jdaQ1eGpZ2>

4. KESIMPULAN

Pengabdian di Mrayan Trigona Park menunjukkan bahwa pemanenan madu lebah *trigona* tidak menggunakan alat manual, tetapi menggunakan alat buatan yang tinggal dinyalakan dapat menghisap madu tersebut. Jadi, dengan adanya alat tersebut lebih efektif dalam menjaga kualitas madu dan efisiensi waktu. Madu trigona memiliki rasa unik yang kurang disukai banyak orang, terutama anak-anak, tetapi memiliki manfaat kesehatan. Maka dari itu perlu dilakukan inovasi rasa dengan tambahan kayu manis dan bubuk buah-buahan. Upaya lain yang dilakukan yaitu dengan pembuatan label yang lebih menarik agar memuat informasi yang lebih lengkap mengenai produk, serta pembuatan akun media sosial sebagai media informasi dan promosi. Dengan adanya upaya yang telah dilakukan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan pemasaran produk madu. Tim pengelola Trigona Park sebaiknya terus mengembangkan inovasi rasa madu dan meningkatkan strategi pemasaran melalui media sosial untuk menarik lebih banyak konsumen. Dari segi pelabelan masih kurangnya legalitas berupa label BPOM. Akan lebih baik jika produk memiliki sertifikasi kesehatan BPOM agar masyarakat lebih merasa aman dalam mengonsumsi produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Hakim, S.S. et al. (2021) 'SIFAT FISIKOKIMIA DAN KANDUNGAN MIKRONUTRIEN PADA MADU KELULUT DENGAN WARNA BERBEDA', Jurnal Penelitian Hasil Hujan, Vol. 39(No.1), pp. 1–12. doi: 10.20886/jphh.2021.39.3.1-12.
- Creswell, John W. 2016. Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta : Pustaka pelajar
- Harjanto, S. et al. (2020) Budidaya Lebah Madu Kelulut Sebagai Alternatif Mata Pencarian Masyarakat. Meliponikultur | Petunjuk praktis.
- Idkham, M. dkk. (2023) 'Rancang bangun alat pemanen madu lebah tanpa sengat (Trigonasp.)' Sultra Journal of Mechanical Engineering (SJME), Vol. 2 No. 2
- Irundu, D. et al. (2021) 'Budidaya Lebah Trigona pada KUPS KTH Buttu Puang', Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.1(No. 6).
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2009) Manajemen Pemasaran. Edisi 13 J. Jakarta: Erlangga.
- Pertiwi, M.G.P. et al. (2023) 'Pemberdayaan masyarakat melalui inovasi pembuatan permen Madu Trigona dan Nira Desa Sigar Penjalın', Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, Vol. 4(No. 2), pp. 255–268. doi:10.29408/ab.v4i2.23867.
- Saputra, D.H. dkk (2020) Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis
- Wati, A.P. dkk. (2020) Digital Marketing. Malang: Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019)
- Wijaya, H.P. (2020) Mrayan Trigona Park.