

BAURAN PEMASARAN MADU CAPALAU KARANGASEM PADA KELOMPOK TANI HUTAN CAPALAU DI DESA ABANG KABUPATEN KARANGASEM

Ni Kadek Putu Juniani, S.P

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Dwijendra

Email : putujuniani@yahoo.com

Abstrak

Madu adalah salah satu produk perlembahan yang telah dikenal oleh masyarakat luas di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Sebagai suplemen makanan dan obat, madu mengandung berbagai jenis komponen yang sangat bermanfaat bagi kesehatan manusia. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui bauran pemasaran madu dan kendala – kendala yang dihadapi oleh Kelompok Tani Hutan Capalau di dalam bauran pemasaran madu. Penelitian ini dilakukan pada Kelompok Tani Hutan Capalau. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh anggota Kelompok Tani Hutan Capalau sebanyak 28 orang dengan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 11 orang. Pemilihan sampel pada penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) didasarkan atas kemampuan dari anggota Kelompok Tani Hutan Capalau untuk mengetahui proses bauran pemasaran Madu Capalau Karangasem. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang dipasarkan oleh Kelompok Tani Hutan Capalau adalah madu dari lebah madu jenis *Apis Cerana*, *Apis Dorsata* (Lebah Hutan) dan *Apis Trigona* (Klanceng) dengan berbagai varian rasa serta ukuran produk yang berkisar antara 90 ml sampai dengan ukuran 600 ml. Harga yang ditawarkan bervariasi tergantung dari ukuran kemasan produk yang berkisar antara Rp 35.000,- sampai dengan Rp 200.000,-. Pemasaran madu dilakukan secara langsung maupun dengan sistem titip pada toko – toko maupun warung – warung. Promosi yang sudah dilakukan oleh Kelompok Tani Hutan Capalau yaitu dengan pemasangan banner, brosur dan kartu nama pada warung atau toko yang dititipi dan mengikuti pameran – pameran yang diselenggarakan di dalam maupun luar daerah. Kendala – kendala yang dihadapi oleh Kelompok Tani Hutan Capalau yaitu stup – stup atau glodog lebah madu banyak yang diserang *predator*, lebah madu mengalami mati massal, kemasan dan label produk yang kurang menarik, izin yang didapat masih terbatas, banyak toko yang menolak untuk dititipi produk serta promosi yang belum optimal. Dari kendala – kendala yang dihadapi oleh Kelompok Tani Hutan Capalau maka dapat disarankan berbagai hal yaitu perlu adanya perbaikan baik dari segi budidaya lebah madu serta perbaikan dari aspek bauran pemasaran yang meliputi perbaikan produk, harga, saluran distribusi serta promosi.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Madu Capalau Karangasem, Kelompok Tani Hutan.

Abstract

Honey is the one of the honey bee cultivation product that already well known by the people all around the world including the people in Indonesia. As the supplement of food and medicine, honey contain some components that already helpful for the human healthy. This research purposes are identify the marketing mix and the problems faced by the Kelompok Tani Hutan Capalau in the marketing mix. The location of this research is in Kelompok Tani Hutan Capalau. The location of this research are choosing by purposive sampling method. The population of this research are all the members of Kelompok Tani Tani Hutan Capalau about 28 person and the sample of this research are 11 person. The sample of this research are choosing by purposive sampling method based on the ability of Kelompok Tani Hutan Capalau members to know about the process of marketing mix Madu Capalau Karangasem product. The data collection technique of this research are observation, interview, and literature review. This research use the analytical data descriptive qualitative and descriptive quantitative.

The result of this research shows that the product marketing by the Kelompok Tani Hutan Capalau are the honey from the some type of honeybee like *Apis Cerana*, *Apis Dorsata* and *Apis Trigona* with some variant taste and variant size from 90 ml – 600 ml. The price of product are based on size of product and the ranged price of products are Rp. 35.000,00 – Rp. 200.000,00. The marketing of honey product doing with direct marketing and consignment system in small shop. The promotion of Madu Capalau Karangasem product by the Kelompok Tani Hutan Capalau are put the brochure in small shop which entrusted, banner, name card and following the exhibition. The problems faced by the Kelompok Tani Hutan Capalau are some box of honey bee are attack by the predator, sometimes the honey bee die mass,

less attractive of label product, limited product permission, some small shops are rejected when the member of Kelompok Tani Hutan Capalau want to entrusting the product and less optimal product promotion. From the problems which faced by Kelompok Tani Hutan Capalau we can give the solutions such as Kelompok Tani Hutan Capalau should repairing the honey bee cultivation and repairing the marketing mix system such as repairing the product, price, distribution channel and promotion.

Key words : Marketing Mix, Madu Capalau Karangasem, Kelompok Tani Hutan

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara agraris yang memiliki potensi besar dalam keanekaragaman sumber daya alam yang bisa memberikan keuntungan baik secara finansial maupun dalam menjaga keharmonisan alam. Sektor pertanian merupakan sektor yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian di Indonesia (Sigit dalam Pratiwi, 2010).

Membangun pertanian hendaknya tidak diartikan hanya untuk meningkatkan produksi tanaman pangan dan perkebunan saja, akan tetapi harus meliputi semua kegiatan usaha dalam meningkatkan kesejahteraan, derajat dan martabat kaum tani Indonesia. Salah satu kegiatan usaha yang juga diperlukan guna mendapatkan perhatian dalam hal ini adalah ternak lebah madu. Pertimbangan untuk beternak lebah madu ini selain menguntungkan, juga memberikan dampak positif dalam hal penyerapan tenaga kerja (Faiza dalam Pratiwi, 2010).

Untuk dapat memenangkan persaingan dalam pasar yang kompetitif, Kelompok Tani Hutan Capalau harus memiliki keunggulan, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas produk. Diperlukan berbagai strategi didalam memasarkan produk madunya, salah satunya dengan menerapkan strategi bauran pemasaran. Oleh sebab itu penelitian ini menitikberatkan terhadap bauran pemasaran serta kendala – kendala yang dihadapi oleh Kelompok Tani Hutan Capalau di dalam bauran pemasaran produknya. Pemasaran melalui kelompok seperti koperasi dapat memberikan keuntungan bagi anggotanya dan nilai tambah produk (Sedana dan Dasi, 2016).

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : (1) Bagaimanakah bauran pemasaran Madu Capalau Karangasem pada Kelompok Tani Hutan Capalau, Desa Abang, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem?; (2) Kendala-kendala apa yang dihadapi dalam bauran pemasaran Madu Capalau Karangasem pada Kelompok Tani Hutan Capalau, Desa Abang, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem?. Sedangkan tujuan dari penelitian ini yaitu : (1) Untuk mengetahui bauran pemasaran Madu Capalau Karangasem pada Kelompok Tani Hutan Capalau, Desa Abang, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem; (2) Untuk mengetahui kendala – kendala yang dihadapi oleh Kelompok Tani Hutan Capalau didalam bauran pemasaran produk madunya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu bagi Kelompok Tani Hutan, Pemerintah, peneliti lain.

Lebah Madu adalah serangga *eusosial* yang termasuk dalam ordo *hymenoptera* yang merupakan satu ordo dengan tawon. Berbagai jenis lebah madu ada di dunia. Spesies lebah madu yang biasa ditenakkan meliputi *Apis Dorsata*, *Apis Indica*, *Apis Mellifera* (Suputa dan Arminudin, 2007). Madu adalah salah satu produk perlembahan yang telah dikenal oleh masyarakat luas di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Sebagai suplemen makanan dan obat, madu mengandung berbagai jenis komponen yang sangat bermanfaat bagi kesehatan manusia. Komponen yang dimaksud adalah Karbohidrat, Asam, Asam Amino, Mineral, Enzim, Vitamin dan Air. Dua Enzim yang mencolok dalam madu adalah *enzim diastase* dan

enzim invertase (Pusat Perlebahan Kota Batu, 2016). Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen yang terdiri dari : produk, harga, saluran distribusi dan promosi.

2. METODE

Penelitian ini dilakukan pada Kelompok Tani Hutan Capalau, Desa Abang, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem. Pemilihan lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*). Pemilihan lokasi ini didasarkan pertimbangan sebagai berikut : (1) Kelompok Tani Hutan Capalau sudah memelihara atau menernakkan lebah madu secara intensif selama beberapa tahun terakhir serta sudah memasarkan produknya hingga hampir ke sebagian kabupaten yang ada di Provinsi Bali; (2) Di Kelompok Tani Hutan Capalau belum pernah diadakan penelitian bauran pemasaran.

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh anggota Kelompok Tani Hutan Capalau yang berjumlah sebanyak 28 orang. Pemilihan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini yaitu 11 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kali ini adalah : Observasi, Wawancara, Studi Pustaka. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok Tani Hutan Capalau merupakan salah satu kelompok yang membudidayakan lebah madu, utamanya lebah madu jenis *Apis Cerana*. Kelompok Tani Hutan ini berlokasi di Desa Abang, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem. Kelompok ini berjumlah 28 orang dengan 7 orang pengurus dan 21 orang anggota. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata – rata umur responden adalah 39,54 tahun dengan kisaran umur antara 25 tahun sampai 51 tahun. Artinya responden dalam umur yang produktif. Distribusi frekuensi responden berdasarkan tingkat umurnya secara rinci dapat dilihat dalam tabel. 1 berikut.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur

No.	Kisaran Umur (Tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 15	0	0
2.	15 – 64	11	100
3.	> 64	0	0
Jumlah		11	100

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa rata – rata lama pendidikan formal responden yaitu 11,45 tahun dengan kisaran 0 – 16 tahun, jika dilihat dari pendidikan formal yang ada maka rata – rata lama pendidikan formal responden tergolong tinggi yaitu setara Sekolah Menengah Atas (SMA). Distribusi frekuensi responden berdasarkan lama pendidikan formal secara rinci terdapat pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Pendidikan Formal.

No.	Lama Pendidikan Formal	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Tidak Sekolah	0	0
2.	SD	2	18,19
3.	SMP	2	18,19
4.	SMA	4	36,36
5.	S1	3	27,26
Jumlah		11	100

Sedangkan jumlah anggota keluarga yang diteliti adalah semua anggota keluarga yang ada dibawah satu atap dan satu dapur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata – rata jumlah anggota keluarganya sebanyak 3 orang, dengan kisaran antara 1 orang sampai dengan 6 orang. Distribusi frekuensi responden didasarkan pada besarnya anggota keluarga ditampilkan pada tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Besarnya Anggota Keluarga Responden.

No.	Jumlah Anggota Keluarga (orang)	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	< 3	3	27,27
2.	3 – 4	6	54,54
3.	5 – 6	2	18,19
Jumlah		11	100

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa seluruh anggota Kelompok Tani Hutan Capalau memiliki pekerjaan di sektor pertanian, baik itu sebagai petani, pekebun maupun peternak. Namun ada juga yang bekerja di luar sektor pertanian seperti pedagang serta dokter hewan. Distribusi frekuensi responden didasarkan pada jenis pekerjaan ditampilkan pada tabel 4 sebagai berikut.

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Petani	7	63,64
2.	Pekebun	5	45,45
3.	Peternak	4	36,36
4.	Pedagang	2	18,18
5.	Dokter Hewan	1	9,09

Pemasaran merupakan aspek yang penting bagi suatu produsen, karena pemasaran merupakan upaya produsen di dalam mengalirkan barang agar bisa sampai ke tangan konsumen. Salah satu aspek dalam

pemasaran adalah bauran pemasaran yang meliputi analisis terhadap produk, harga, distribusi dan promosi. Berdasarkan hasil penelitian, produk yang dihasilkan oleh Kelompok Tani Hutan Capalau meliputi berbagai varian madu yang dihasilkan oleh berbagai jenis lebah madu diantaranya jenis lebah madu *Apis Cerana* yang menghasilkan madu dengan berbagai varian rasa seperti : madu bunga mete, madu bunga mangga, madu bunga kelapa, madu bunga kaliandra, madu bunga apokat serta madu bunga liar, lebah madu *Apis Dorsata* (lebah hutan) menghasilkan madu dengan varian madu hutan serta jenis lebah madu *Apis Trigona* (klanceng) menghasilkan madu dengan varian madu kela.

Harga yang ditawarkan oleh Kelompok Tani Hutan Capalau beragam, sesuai dengan ukuran kemasannya, harga ini berlaku untuk semua varian madu. Daftar harga madu Kelompok Tani Hutan Capalau untuk konsumen seperti pada Tabel 5.

Tabel 5. Daftar Harga Produk Madu Capalau Karangasem

No.	Ukuran Kemasan	Harga
1.	90 ml	Rp. 35.000,-
2.	130 ml	Rp. 45.000,-
3.	280 ml	Rp. 95.000,-
4.	600 ml	Rp. 200.000,-

Pemasaran produk Madu Capalau Karangasem dilakukan oleh anggota Kelompok Tani Hutan Capalau yang bertugas memasarkan produk madu. Pemasaran dilakukan di wilayah Kabupaten Karangasem dan di luar wilayah Kabupaten Karangasem. Berikut ini saluran distribusi produk Madu Capalau Karangasem serta jumlah rata – rata produk yang dipesan oleh perusahaan maupun warung dalam waktu satu bulan.

Tabel 6. Saluran Distribusi Produk Madu Capalau Karangasem.

No.	Lokasi Distribusi	Jumlah
1.	PT Sensatia Botanical	7,5 kg
2.	UD. Karunia Baba	2,37 liter

Promosi yang dilakukan Kelompok Tani Hutan Capalau adalah melalui pembuatan brosur dan kartu nama yang ditempatkan pada warung / toko yang dititipi produk madu, sehingga konsumen yang ingin memperoleh madu langsung dari kelompok dapat menghubungi nomor telepon yang sudah tertera. Selain itu pada warung atau toko yang dititipi produk madu dipasang banneryang berisikan nomor telepon yang bisa dihubungi. Promosi juga dibantu oleh pemerintah melalui Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Karangasem, dengan membawa produk madu pada pameran – pameran yang diikuti, baik yang berada di dalam daerah maupun pameran yang diselenggarakan di luar daerah. Berikut ini pameran – pameran yang diikuti untuk mempromosikan produk madu mereka.

Tabel 7. Kegiatan Promosi yang Diikuti oleh Kelompok Tani Hutan Capalau

No.	Nama kegiatan pameran	Tahun	Tempat penyelenggaraan
1.	Pameran Pembangunan Kabupaten Karangasem	2015	Stadion Jalur 11 Amlapura
2.	Surabaya Matching and Expo	2015	Convention Convex Hall, Grand City Center – Surabaya
3.	Pameran Pembangunan Kabupaten Karangasem	2016	Stadion Jalur 11 Amlapura

Dalam penelitian ini, beberapa kendala yang ditemui oleh Kelompok Tani Hutan Capalau didalam bauran pemasaran produk madunya yaitu :

1. Selama penggembalaan lebah madu ke tempat pakan, stup maupun glodog lebah madu diserang oleh predator seperti semut, tokek, burung dan kecoa.
2. Kemasan produk masih ada yang menggunakan botol bekas air mineral khususnya untuk produk madu yang berukuran 600 ml.
3. Label dari kemasan produk yang kurang atraktif, sehingga kalah bersaing dengan produk madu sintesis dengan label kemasan yang jauh lebih menarik.
4. Toko – toko maupun warung tempat menitipkan madu terkadang melakukan kecurangan – kecurangan.
5. Promosi yang sudah dilakukan oleh Kelompok Tani Hutan Capalau belum optimal dimana Kelompok Tani Hutan Capalau belum mampu memasarkan produk secara online dan belum mampu mengikuti event pameran secara mandiri.

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut Bauran pemasaran Madu Capalau Karangsem telah diterapkan secara baik oleh Kelompok Tani Hutan Capalau dengan menjual produk madu yang berasal dari jenis lebah *Apis Cerana*, *Apis Dorsata* dan *Apis Trigona* yang dikemas ke dalam berbagai ukuran kemasan dengan harga yang berkisar Rp. 35.000 – Rp 200.000. Produk ini dipasarkan dengan cara menitipkan produk pada warung atau toko – toko yang ada di wilayah Kabupaten Karangasem dan di luar wilayah Kabupaten Karangasem maupun secara langsung. Promosi yang sudah dilakukan yaitu dengan menaruh brosur, kartu nama maupun banner pada warung maupun toko yang dititipi produk serta mengikuti event pameran baik di dalam maupun di luar daerah.

Berbagai kendala yang dihadapi oleh Kelompok Tani Hutan Capalau didalam bauran pemasaran produk madunya yaitu ketika menggembalakan lebah madu, stup maupun glodog lebah madu banyak diserang oleh predator, kemasan produk baik botol maupun label kemasan yang kurang menarik, banyak

toko yang menolak untuk dititipi produk serta toko ataupun warung yang dititipi produk terkadang melakukan kecurangan, promosi yang belum optimal.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas dapat disarankan hal –hal sebagai berikut : (1) Pada Kelompok Tani Hutan Capalau perlu dilakukan sanitasi yang baik dengan membersihkan stup maupun glodog lebah madu secara rutin sehingga lebah madu mampu berproduksi secara maksimal; (2) Pada Kelompok Tani Hutan Capalau diperlukan berbagai inovasi dari segi produk, baik dari segi perbaikan kemasan, label kemasan, serta ijin yang diperoleh agar dapat ditingkatkan lagi; (3) Pada Kelompok Tani Hutan Capalau promosi perlu ditingkatkan lagi dengan melakukan promosi melalui media online dan iklan – iklan dalam media cetak serta dapat mengikuti event pameran secara mandiri sehingga dapat memiliki outlet penjualan sendiri.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M.Taufiq. 2005 .Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan, Edisi 1.PT Rajagrafindo Persada : Jakarta.
- Arminudin, Ahmad Taufiq dan Suputa. 2007 .Beternak Lebah.PT Citra Aji Parama:Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. 2002 .Manajemen Pemasaran, Cetakan ke 7.PT Rajagrafindo Persada : Jakarta.
- Kasmir.2013.Kewirausahaan, Edisi Revisi, Cetakan ke 8.Rajawali Pers : Jakarta
- Pratiwi, Eka.2010.Strategi Pemasaran Industri Madu pada PT. Madu Pramuka di Kabupaten Batang.Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Pusat Perlebahan Kota Batu Madu Kota Batu.2016.Sekelumit Informasi dan Manfaat Madu. Pusat Perlebahan Kota Batu : Kota Batu,Jawa Timur.
- Pusat Perlebahan Kota Batu Madu Kota Batu.2016.Cara Ternak, Pemanfaatan, dan Pengendalian Kualitas Madu. Pusat Perlebahan Kota Batu : Kota Batu, Jawa Timur.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, B.2001.Kiat Mengatasi Permasalahan Praktis Lebah Madu.PT Agro Media Pustaka:Depok.
- Sedana, G. and N. Dasi Astawa. 2016. *Panca Datu Partnership in Support of Inclusive Business for Coffee Development: The Case of Ngada District, Province of Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Asian Journal of Agriculture and Development*, 2016, vol. 13, issue 2, 75-88.
- Suranto, Adji. 2005. Khasiat dan Manfaat Madu Herbal.Agro Media Pustaka : Jakarta.