

**ANALISIS PEMASARAN MADU LEBAH KELULUT (*Trigona sp*)
DI KECAMATAN TELUK KERAMAT KABUPATEN SAMBAS****Dian Sari^{1*}, Ghian Ardo²**^{1,2,3} Jurusan Agribisnis, Politeknik Negeri Sambas

Jl. Raya Sejangkung, Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat 79462.

*Email: diansari17@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran dan efisiensi saluran pemasaran madu lebah kelulut (*Trigona sp*) di Kecamatan Teluk Keramat, Kabupaten Sambas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis kualitatif dan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran, Saluran pemasaran I keuntungan Rp 140.000/Kg, serta farmer's share yang diterima produsen 100%. Biaya pemasaran pada saluran II sebesar Rp 10.000/kg dengan keuntungan Rp 40.000/kg, margin Rp 50.000/kg serta farmer's share 67%, dan efisiensinya sebesar 7%. Biaya pemasaran pada saluran III sebesar Rp 80.000/kg dengan keuntungan Rp 70.000/kg, margin Rp 150.000/kg serta farmer's share yang diterima produsen 40%, dan efisiensinya sebesar 32%.

Kata kunci: Efisiensi, Lebah madu (*Trigona sp*), Saluran Pemasaran

PENDAHULUAN

Madu merupakan bahan pangan berbentuk cairan kental yang memiliki rasa manis alami yang dihasilkan oleh lebah berbahan baku nektar bunga. Madu kaya akan kandungan nutrisi serta banyak manfaat untuk kesehatan manusia. Menurut SNI (2004) madu mengandung nutrisi seperti karbohidrat, sukrosa, fruktosa dan glukosa, mengandung sedikit senyawa nitrogen, seperti asam amino, amida, asam organik, vitamin, senyawa aromatik dan juga mineral. Lebah penghasil madu berasal dari genus *Apis* dan genus *Trigona sp*. Genus *Apis* merupakan lebah yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia sedangkan lebah *Trigona sp* yang disebut kelulut masih sedikit dibudidayakan. Daerah Jawa lebah *Trigona sp* dikenal dengan Klanceng, daerah Kalimantan Barat dikenal dengan sebutan Kelulut.

Kelulut atau *trigona sp* merupakan jenis lebah tidak bersengat (*stingless bees*) yang belum banyak dibudidayakan, karena menghasilkan madu lebih sedikit dibandingkan genus *Apis*. Namun, genus *Trigona sp* ini merupakan salah satu penghasil propolis yang sangat baik. Propolis banyak digunakan sebagai obat alami yang sangat bermanfaat untuk kesehatan dan ketahanan tubuh. Menurut Angraini (2006) lebah *Trigona sp* atau kelulut diketahui dapat menghasilkan madu yang mempunyai kandungan vitamin C yang berfungsi sebagai antibiotik, antitoksin,

antioksidan serta untuk meningkatkan sistem imun atau kekebalan tubuh. Keunggulan propolis dibanding antibiotik lainnya adalah efek sampingnya yang kecil dan tidak menimbulkan resistensi, dan antibiotik sintetik dapat mengakibatkan pertumbuhan bakteri yang resisten terhadap antibiotik yang umum digunakan untuk terapi infeksi pada manusia.

Keberadaan kelulut sering dianggap pengganggu oleh masyarakat sekitar karena kelulut biasanya bersarang pada pohon-pohon dan rumah-rumah masyarakat seperti di dinding, jendela, pintu. Kelulut sudah lama dikenal oleh masyarakat, walaupun demikian keberadaan lebah ini juga belum terlalu dianggap penting oleh masyarakat yang tidak mengetahuinya, karena hasil madu yang sedikit dibanding lebah *Apis*. Demikian juga yang dialami oleh masyarakat di Kecamatan Teluk Keramat Kabupaten Sambas. Seiring bertambahnya pengetahuan keberadaan kelulut dijadikan salah satu peluang bisnis masyarakat Kecamatan Teluk Keramat dengan beternak kelulut dan menghasilkan madu.

Peternakan lebah *trigona* yang terdapat di beberapa desa di Kecamatan Teluk Keramat peternakan lebah *trigona* ini masih bisa dikatakan baru, tetapi sudah banyak yaitu masyarakat yang mulai beternak. lebah *trigona* ini karena hasil dari ternak lebah *trigona* ini cukup menjajikan dan pemasarannya yang cukup mudah. Hasil madu ini tidak hanya di jual langsung ke konsumen, tetapi di salurkan

ke pedagang pengepul hingga pengecer yang ada di Kecamatan Teluk Keramat dengan tingkatan harga yang sudah berbeda karena terdapat biaya yang dikeluarkan untuk proses pemasaran. Agar produk madu lebah kelulut ini dapat menjadi usaha yang berkelanjutan, maka sistem pemasarannya harus efisien. Dari paparan tersebut, maka jadi dasar bagi penulis untuk melakukan kegiatan penelitian analisis pemasaran madu kelulut di Kecamatan Teluk Keramat. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui pola saluran pemasaran lebah madu kelulut (*Trigona sp*) dan mengetahui saluran pemasaran manakah dari pemasaran lebah madu (*Trigona sp*) yang paling efisien.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mempergunakan kuesioner untuk mengumpulkan dan memperoleh informasi dari responden. Daerah yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah di Kecamatan Teluk Keramat Kabupaten Sambas yang dilakukan pada bulan Januari sampai bulan Juli tahun 2021. Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara (interview). Pengambilan data dengan cara wawancara langsung kepada narasumber untuk memperoleh data yang lengkap yaitu dengan daftar pertanyaan (kuesioner), sedangkan data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait serta telatur yang terkait dengan penelitian.

Adapun objek penelitian adalah peternak kelulut dan lembaga pemasaran yang memasarkan madu lebah kelulut di Kecamatan teluk Keramat, Kabupaten Sambas. Dengan responden sebanyak 7 orang petani, 3 orang pengecer dan 2 orang pengepul.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian saluran pemasaran gambas di Desa Sungai Palah Kecamatan Galing yaitu, metode analisis deskriptif dan kuantitatif. Metode analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran gambas di Desa Sungai Palah Kecamatan Galing. Sedangkan metode kuantitatif untuk mengetahui margin share, farmer share, serta efisiensi pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan terdapat tiga saluran pemasaran madu lebah kelulut (*trigona sp*) di Kecamatan Teluk Keramat. Adapun saluran pemasarannya adalah sebagai berikut:

Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran yang paling singkat karena hanya melibatkan produsen tanpa lembaga pemasaran yang lain dengan melakukan pemasaran ke konsumen langsung. Saluran pemasaran I dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Marjin Pemasaran, Distribusi Marjin, *Farmer's share* dan keuntungan Pemasaran pada Saluran Pemasaran I

Tabel 1 menunjukkan besaran biaya investasi yang merupakan biaya tetap yang nilainya tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi yang dihasilkan. Investasi yang dibutuhkan untuk merealisasikan usaha budidaya pisang kepok seluas 1 Ha yaitu sebesar Rp 4.030.000,00 terdiri dari peralatan seperti cangkul, mesin pemotong rumput, penggali, motor sprayer, sabit dan gerobak.

Tabel 1. Marjin Pemasaran, Distribusi Marjin, *Farmer's share* dan keuntungan Pemasaran pada Saluran Pemasaran I

No	Uraian	Harga (Rp/kg)	Distribusi Marjin (%)	Share (%)
1	Peternak lebah trigona			
	Harga Jual	150.000		100%
	Biaya Pemasaran (Botol, jeriken, bensin)	10.000		6,7%
	Keuntungan	140.000		
2	Konsumen			
	Harga Beli	150.000		
3	Margin Pemasaran	150.000		

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Pada Tabel 1. dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I harga jual madu lebah trigona ditingkat peternak sebesar Rp 150.000/kg harga ditingkat konsumen sebesar Rp 150.000/kg, dengan biaya pemasaran sebesar Rp 10.000 yaitu untuk membeli botol, jeriken dan biaya transportasi (bensin). Keuntungan pemasaran yang diterima oleh

peternak sebesar Rp 140.000 dengan *share* 100%, keuntungan sebesar 100% dan efisiensi pemasarannya sebesar 6,7%.

Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II merupakan saluran yang melibatkan pelaku pemasaran yaitu petani dan pengecer. Tingkat saluran pemasaran pada kegiatan ini termasuk saluran satu tingkat. Adapun, margin, *farmer's share* dan keuntungan pemasaran pada madu lebah trigona di Kecamatan Teluk Keramat dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Margin Pemasaran, Distribusi Margin, *Share* dan Keuntungan Pemasaran pada Saluran Pemasaran II

No	Uraian	Harga (Rp/kg)	Distribusi Margin (%)	Share (%)
1	Peternak lebah trigona			
	Harga jual	100.000		67%
2	Pedagagang Pengecer			
	Harga Beli	100.000		
	Biaya Pemasaran (Botol, jeriken, bensin)	10.000	20%	6,7%
	Keuntungan	40.000	80%	26,6%
	Harga Jual	150.000		
3	Konsumen			
	Harga Beli	150.000		
4	Margin Pemasaran	50.000	33%	

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa dari saluran II harga jual madu lebah trigona ditingkat peternak sebesar Rp 100.000/kg, harga jual madu lebah trigona ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp 150.000/kg, dengan harga beli dari peternak, sebesar Rp 100.000/kg, dan harga jual ditingkat konsumen sebesar Rp 150.000. Besarnya margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp 50.000/kg dengan *farmer's share* 67%. Keuntungan pedagang pengecer sebesar Rp 40.000/kg dengan *share* 26,6%, biaya pemasaran pedagang pengecer sebesar Rp 10.000 dengan *share* 6,7% dan efisiensi pemasarannya sebesar 6,7%. Untuk distribusi margin pemasaran pada biaya pemasaran pedagang pengecer sebesar 20% dengan keuntungan diperoleh 80%. Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 10.000 yaitu untuk membeli jeriken, botol madu sebagai kemasan, biaya kuota dan biaya transportasi (bensin).

Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran III lembaga yang dilibatkan ada tiga yaitu produsen, pedagang pengepul dan pedagang pengecer dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Margin Pemasaran, Distribusi Margin, *Share* dan Keuntungan Pemasaran pada Saluran Pemasaran III

No	Uraian	Harga (Rp/kg)	Distribusi Margin (%)	Share (%)
1	Peternak lebah trigona			
	Harga jual	100.000		40%
2	Pedagagang Pengepul			
	Harga Beli	100.000		
	Biaya Pemasaran (Jeriken, ongkos kirim, bensin)	70.000	70%	35%
	Keuntungan	30.000	30%	15%
	Harga Jual	200.000		
	Margin Pemasaran	100.000		
3	Pedagang Pengecer			
	Harga Beli	200.000		
	Biaya Pemasaran (Botol, jeriken, bensin)	10.000	20%	4%
	Keuntungan	40.000	80%	16%
	Harga Jual	250.000		
	Margin Pemasaran	50.000		
4	Konsumen			
	Harga Beli	250.000		
5	Margin Pemasaran	150.000	60%	

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Pada Tabel 3. dapat diketahui bahwa dari saluran III harga jual madu lebah trigona dari peternak ke pedagang pengepul sebesar Rp 100.000/kg, dijual kembali kepada pengecer dengan harga Rp 200.000/kg, dengan biaya pemasaran Rp 70.000 dengan *share* 35%, dan keuntungan Rp 30.000 dengan *share* 15%, Untuk distribusi margin pemasaran pada biaya pemasaran pedagang pengepul sebesar 70% dengan keuntungan diperoleh 30%. Biaya pemasaran Rp 70.000 dikeluarkan untuk membeli jeriken dan ongkos kirim keluar kota. Harga jual madu lebah trigona ditingkat pengecer sebesar Rp 250.000, dengan harga beli kepada pengepul sebesar Rp 200.000 dan harga jual ditingkat konsumen sebesar Rp 250.000. Besarnya margin pemasaran pada saluran pemasaran III sebesar Rp 150.000/kg dengan *Farmer's share* 40%. Keuntungan

pedagang pengecer sebesar Rp 30.000/kg dengan *share* 30%, biaya pemasaran pedagang pengecer sebesar Rp 10.000 dengan *share* 4% dan efisiensi pemasaran saluran III sebesar 32%. Untuk distribusi margin pemasaran pada biaya pemasaran pedagang pengecer sebesar 20% dengan keuntungan diperoleh 80%. Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 10.000/kg madu yaitu untuk membeli jeriken, botol madu sebagai kemasan, biaya kuota dan biaya transportasi (bensin).

Efisiensi Pemasaran Madu Lebah Kelulut (*Trigona sp*)

Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat bahwa saluran pemasaran I, II dan III sudah efisien, karena dari masing-masing saluran memiliki efisiensi pemasaran < 50% mengikuti indikator dari ketiga saluran pemasaran yang digunakan oleh peternak, pengecer, dan pedagang pengepul madu lebah kelulut (*Trigona sp*) di Kecamatan Teluk Keramat saluran yang paling efisien adalah saluran I dikarenakan pada saluran I memiliki saluran pemasaran yang paling pendek atau singkat dibandingkan dengan saluran pemasaran II dan saluran III. Akan tetapi, peternak lebah trigona di Kecamatan Teluk Keramat lebih banyak memilih saluran pemasaran III karena penjualan lebih mudah dan lebih banyak madu yang terjual walaupun harga jual madu lebih rendah dari saluran pemasaran I. Pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin pendek saluran pemasarannya maka suatu saluran pemasaran akan semakin efisien, namun peternak lebah trigona di Kecamatan Teluk Keramat lebih banyak memilih saluran pemasaran III karena penjualan lebih mudah dan lebih banyak walaupun harga jualnya rendah. Menurut Soekartawi(2003), efisiensi saluran pemasaran juga dapat dilihat dari panjang pendeknya alur pemasaran yang dilakukan dalam proses pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran yang dilewati maka semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka semakin tidak efisien pemasaran tersebut. Efisiensi saluran pemasaran dapat diperbaiki dengan cara mengurangi biaya pemasaran yang dilakukan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan adalah pada Kecamatan Teluk

Keramat saluran pemasaran madu lebah trigona yang digunakan peternak, pengepul dan pengecer madu lebah trigona terdapat tiga saluran pemasaran yaitu : Saluran pemasaran I : (peternak – konsumen) Saluran pemasaran II : (peternak – pengepul – pengecer – konsumen) dan Saluran pemasaran III : (peternak – pengecer – konsumen). Dari ketiga saluran pemasaran tersebut, saluran pemasaran madu lebah trigona di Kecamatan Teluk Keramat yang paling efisien adalah saluran pemasaran I karena pada saluran pemasaran ini memiliki saluran pemasaran paling pendek dibandingkan saluran pemasaran II dan saluran pemasaran III. Hal ini dapat dibuktikan pada saluran I tidak melalui campur tangan perantara. Tetapi dari ketiga saluran pemasaran tersebut sudah efisien, karena memiliki efisiensi pemasaran < 50% dari indikator efisien pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2015. Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi. BPFE. Yogyakarta.
- Anggraini, A.D., 2006, Potensi Propolis Lebah Madu Trigona spp. Sebagai Bahan Antibakteri, Skripsi Sarjana Departemen Biokimia, Fakultas Matematika dan IPA, IPB, Bogor
- Annisa. 2017. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Kabupaten Brebes Provinsi Jawa Timur. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Anonim, 2018. Badan Pusat Statistika Kabupaten Sambas.
- Asmarantaka, Ratna Winandi. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Penerbit : Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB. Bogor.
- Boyd, Harper W. 2000. Manajemen Pemasaran – Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global edisi 2 jilid 2, Erlangga. Jakarta
- BSN (Badan Standarisasi Nasional), 2004, SNI 01-3545-2004, Madu, Jakarta
- Darwanto. 2013. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Satu Nusa. Bandung.
- Fitrah, Hastirullah, 2013. “Analisis Pemasaran Agribisnis Lada (*Piper Nigrum L*) di Desa Mangkauk Kecamatan Pengaron Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan” ZIRAA’AH, Volume 38 Nomor 3, Oktober 2013 Halaman 28-32. ISSN 1412-1468

- Jumiati, Elly, Dwidjono Hadi Darwanto , Slamet Hartono, Masyhuri, 2013. “Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur”. *Jurnal AGRIFOR Volume XII Nomor 1*. ISSN : (1412 – 6885)
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Mandek Dkk. 2017. *Manajemen Saluran Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Rahim dan Hastuti, DRD. 2007. *Ekonomika Pertanian, Pengantar. Teori dan Kasus : Penebar Swadaya*. Adler Haymens Manurung.
- Rasul, A. A., Wijiharjono, N., Setyowati, T. 2013. *Ekonomi Mikro*. Penerbit Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Sihombing, D.T.H. 2005. *Ilmu Ternak Lebah Madu*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Soekartawi. 2003. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil – Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Soemarso S.R, 2010. *Akuntasnsi: Suatu Pengantar*, Cetakan Keempat. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta. Bandung.
- Wahyuni,N dan Riendriasari, S.D. 2012. *Teknik Produksi Propolis Lebah Madu Trigona spp di NTB.(Laporan Hasil Penelitian Tidak dipublikasikan)*.Balai Penelitian Teknologi Hasil Hutan Bukan Kayu.Mataram.
- Widodo, A. 2011. *Budidaya Lebah Madu*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Yaqin, Inong, Much. Muchtar, 2019. “Analisis Saluran Pemasaran Madu Ternak Kelompok Tani Cahaya Abadi di Desa Kalianget Barat, Kecamatan Kalianget Kabupaten Sumenep” *Seminar Nasional Optimalisasi Sumberdaya Lokal di Era Revolusi Industri 4.0*. ISBN: 978-602-50605-8-8
- Yogi, MS. 2004. *Ekonomi Manajerial: Pendekatan Analisis Praktis*. Prenada Media. Jakarta.