ISSN: 2797-2887

PkM Pemberdayaan Kelompok Rumah Madu Cendana Melalui Pemanfaatan Digital Marketing

Patmaniar[1*]
Eka Pratiwi Tenriawaru[2]
Ulvah[3]

[1*,2,3]Universitas Cokroaminoto Palopo, Palopo, Indonesia

patmaniar@uncp.ac.id [1*)]
ekapratiwit@uncp.ac.id [2)]
ulva@uncp.ac.id [3)]

Kata Kunci: *[PKM, Rumah Madu Cendana, Pengemasan Produk, Pemanfaatan Digital Marketing]*

Abstrak: Rumah Madu Cendana merupakan salah satu kelompok budidaya lebah yang ada di Desa Cendana Putih Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan. Rumah Madu Cendana membudidayakan lebah tidak bersengat yang disebut dengan *trigon biroi* sebanyak 20 stup. Budidaya lebah *trigon biroi* dilakukan di samping rumah salah satu anggota kelompok Rumah Madu Cendana. Hasil budidaya Rumah Madu Cendana berupa madu *trigon biroi*. Proses produksi madu *trigon biroi* dilakukan dengan cara tradisional dan sederhana, yaitu dengan memeras kantong madu. Program pengabdian kepada masyarakat merupakan implementasi hibah Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) tahun 2024 yang bertujuan untuk memberdayakan kelompok Rumah Madu Cendana untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi madu *trigona biroi.* Metode yang diterapakan dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat ini bersifat partisipatori yaitu tim pengusul bersama mitra Rumah Madu Cendana terlibat secara proaktif dalam setiap kegiatan. Pelaksanaan program dilakukan dengan edukasi pengemasan produk dan pemasaran berbasis *digital marketing.* Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kelompok Rumah Madu Cendana memberikan respon yang sangat positif. Selain itu, kelompok Rumah Madu Cendana juga mendapatkan pengetahuan tentang pengemasan yang menarik dan efisien serta mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya pemasaran berbasis digital marketing.

Published by:

Copyright © 2024 The Author(s)
This article is licensed under CC BY 4.0 License

Pendahuluan

Dalam lima tahun terakhir, permintaan madu di seluruh Indonesia sangat meningkat, khususnya saat pandemi Covid-19. Masyarakat meyakini bahwa madu dapat meningkatkan daya tahan tubuh. Akan tetapi, berdasarkan data Badan Pusat Statistik bahwa pada tahun 2021 produksi madu di Indonesia sebanyak 189.780 liter. Produksi madu di Indonesia sekitar 2.000 ton/tahun dengan tingkat konsumsi sekitar 10-15 gram/orang/tahun atau setara dengan satu sendok makan per orang per tahun (Ainnadya Hasan et al., 2020). Ditjen BPDASPS menyatakan bahwa produksi madu utama di Indonesia adalah madu hutan sebesar 70% dan sisanya diproduksi oleh budidaya lebah 30%. Salah satu budidaya lebah tidak bersengat di Indonesia berada di Sulawesi Selatan, telah dilakukan di beberapa kabupaten yaitu Jeneponto sebanyak 11 kelompok tani, Palopo sebanyak 12 kelompok tani, Luwu sebanyak 5 kelompok tani, Luwu Utara sebanyak 100 orang, dan Luwu Timur sebanyak 50 orang (Kakkar & Bais, 2014).

Kabupaten Luwu Utara terdiri dari 15 kecamatan, 7 kelurahan, dan 166 desa dengan luas wilayah 7.502,58 km^2. Kelompok mitra ini tepatnya di Kabupaten Luwu Utara yang berjarak 83,3 km dari Kota Palopo adalah kelompok "Rumah Madu Cendana" yang beranggotakan 13 orang. Kelompok budidaya lebah tidak bersengat ini merupakan salah satu kelompok budidaya lebah yang ada di Jalan Koperasi Dusun Karya Bakti Desa Cendana Putih Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan. Kelompok budidaya lebah Rumah Madu Cendana membudidayakan lebah tidak bersengat yang disebut dengan *trigona sp* yang dapat menghasilkan madu yang kaya akan antioksidan. Kandungan madu *trigona* antara lain *protacatechuic acid* (PCA), 4-*hydroxyphenylacetic acid*, dan *cerumen. Protacatechuic acid* (PCA) berfungsi sebagai antioksidan kuat yang dapat meningkatkan proliferasi sel dalam penyembuhan luka. Madu *trigona* memiliki banyak manfaat, antara lain anti-inflamasi (Hamzari et al., 2021; Pribadi & Wiratmoko, 2020), antibakteri (Borsato et al., 2014), hingga anti-kanker karena memiliki kemampuan anti-proliferasi (Yaacob et al., 2018; Yazan et al., 2016).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan salah satu anggota kelompok Rumah Madu Cendana, lebah yang dibudidayakan adalah *trigona biroi* sebanyak 20 stup. Tempat budidaya lebah *trigona* Rumah Madu Cendana berada di samping rumah anggota kelompok karena adanya ketersediaan vegetasi pakan lebah yang masih banyak, menjadi keuntungan tersendiri karena kondisi sekitar rumah masih dipenuhi banyak pepohonan sebagai sumber nektar, resin, dan *beepollen*. Beberapa jenis tanaman sebagai sumber pakan lebah yang ada di peternakan antara lain, cempedak, rambutan, jambu air, mangga, kelapa, alpukat, lengkeng, durian, dan bunga *xanthos temon*. Tempat madu atau sarang dari *trigona biroi* berbentuk seperti kantong pada Gambar 1.



Gambar 1. Kantong Madu *Trigona Biroi*

Kelompok Rumah Madu Cendana menyatakan bahwa proses produksi madu *trigona biroi* dilakukan dengan cara tradisional dan sederhana, yaitu dengan memeras kantong madu. Kelompok Rumah Madu Cendana melakukan pemanenan madu dengan cara mengambil kantong madu sebanyak ¾ bagian yang ada pada toping dengan menggunakan 2 sendok makan dan dipindahkan ke wadah seperti baskom kecil, sementara ¼ bagian kantong madu yang ditinggalkan berguna bagi lebah untuk membangun kembali kantong madu sebagai produksi selanjutnya. Kantong madu yang telah dipanen, kemudian diperas dan disaring agar menghasilkan madu. Madu *trigona biroi* yang dihasilkan selanjutnya dimasukkan ke dalam botol dan siap dipasarkan. Proses produksi madu *trigona biroi* yang dilakukan kelompok Rumah Madu Cendana pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Produksi

Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa produksi madu *trigona biroi* dilakukan dengan cara tradisional dan sederhana. Hal ini dikarenakan kurangnya pelatihan dan pemanfaatan teknologi dalam pemanenan madu *trigona biroi,* khususnya dalam hal pemerasan madu. Tidak jarang pula terjadi kesalahan dalam proses pemerasan, seperti kantong madu *trigona biroi* tidak diperas secara sempurna sehingga berakibat pada penurunan produksi. Padahal jika proses pemerasan kantong madu *trigona biroi* secara sempurna akan menghasilkan kuantitas madu yang lebih banyak lagi.

Madu *trigona biroi* yang diproduksi oleh kelompok Rumah Madu Cendana adalah murni produksi rumahan dengan pengemasan produk seadanya yaitu menggunakan botol bekas dan tidak memiliki label produksi yang jelas dan terperinci mengenai informasi nama produk, kadaluarsa, dan manfaat madu *trigona biroi*. Pengemasan produk yang menarik dan efisien dapat menjadi sarana promosi untuk menarik minat masyarakat dalam membeli produk madu *trigona biroi.*



Gambar 3. Pengemasan Madu *Trigona Biroi*

Dari aspek pemasaran produk, kelompok Rumah Madu Cendana melakukan pemasaran dengan cara konvensional yaitu dari mulut ke mulut atau dijual langsung ke masyarakat setempat. Hal ini membuat madu *trigona biroi* belum diketahui oleh masyarakat luas.

Secara garis besar, permasalahan mitra Rumah Madu Cendana dibagi menjadi 2 permasalahan yang dihadapi mitra Rumah Madu Cendana terkait aspek pengemasan dan aspek pemasaran. Solusi yang akan diberikan untuk mengatasi permasalahan kelompok Rumah Madu Cendana terkait aspek produksi, yaitu melakukan kerjasama dengan Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Luwu Utara terkait edukasi, pelatihan, dan pendampingan dalam pengemasan produk serta pemanfaatan sistem informasi dan manajemen pemasaran berbasis digital dilakukan dalam rangka memberikan pemahaman kepada mitra Rumah Madu Cendana tentang pentingnya pengemasan produk yang menarik dan pemasaran berbasis *digital marketing*, sehingga produk madu *trigona biroi* dapat dikomersilkan, menemukan ide baru, dan menghasilkan nilai tambah.

Tujuan kegiatan PKM adalah pemberdayaan mitra Rumah Madu Cendana untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi madu *trigona biroi.* Kegiatan PKM juga merupakan salah satu bentuk implementasi program MBKM yakni melibatkan mahasiswa dan dosen yang berkegiatan di luar kampus, yakni dosen berkegiatan di luar kampus dengan melakukan pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas potensi wirausaha madu *trigona biroi*, melakukan pelatihan dan pendampingan teknologi tepat guna dalam budidaya lebah penghasil madu *trigona biroi*, melakukan pelatihan dan pendampingan pengujian kualitas madu *trigona biroi*, melakukan pelatihan dan pendampingan pengemasan madu *trigona biroi,* melakukan pelatihan dan pendampingan pengemasan produk yang menarik dan efisien sebagai sarana promosi dan peningkatan omset penjualan, serta melakukan pelatihan dan pendampingan sistem informasi dan manajemen pemasaran berbasis digital.

Metode Pelaksanaan

PKM Pemberdayaan Kelompok Rumah Madu Cendana melalui Pemanfaatan *Digital Marketing* dilaksanakan di Desa Cendana Putih Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan pada bulan Juli-September 2024. Peserta kegiatan adalah anggota kelompok Rumah Madu Cendana, Kepala Desa, dan masyarakat Desa Cendana Putih.

Metode yang diterapakan dalam pelaksanaan PKM ini bersifat partisipatori. Penerapan metode ini dimaksudkan agar tim pengusul bersama mitra Rumah Madu Cendana terlibat secara proaktif dalam setiap kegiatan, seperti identifikasi permasalahan mitra, edukasi potensi wirausaha madu *trigona biroi*, sosialisasi peningkatan produksi melalui pemanfaatan teknologi, dan edukasi pengembangan sistem informasi dan manajemen pemasaran berbasis digital marketing. Secara khusus, pelaksanaan kegiatan PKM sebagai berikut.

1. Melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan mitra Rumah Madu Cendana dilaksanakan di Universitas Cokroaminoto Palopo pada tanggal 6 Juli 2024.
2. Menentukan dan melakukan komunikasi dengan Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Luwu Utara sesuai dengan materi dan jadwal yang telah ditentukan.
3. Edukasi, pelatihan, dan pendampingan pengemasan produk yang menarik dan efisien sebagai sarana promosi dan peningkatan omset penjualan dilaksanakan pada tanggal 7 September 2024.
4. Edukasi, pelatihan, dan pendampingan sistem informasi dan manajemen pemasaran berbasis *digital marketing* dilaksanakan pada tanggal 7 September 2024.

Aspek pelaksanaan program PKM Pemberdayaan Kelompok Rumah Madu Cendana melalui Pemanfaatan *Digital Marketing* dinilai berdasarkan 4 indikator, yaitu kepatuhan terhadap jadwal kegiatan yang telah direncanakan, kualitas kegiatan yang dilaksanakan, ke sesuaian materi dengan permasalahan, dan efektivitas program dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selanjutnya, evaluasi kegiatan PKM terkait pelaksanaan program dan dampak program akan dilakukan survei kepada mitra Rumah Madu Cendana dan stakeholder terkait. Survei ini meliputi wawancara langsung dengan peserta program sekaligus melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

PKM Pemberdayaan Kelompok Rumah Madu Cendana melalui Pemanfaatan Digital Marketing diawali dengan melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan mitra Rumah Madu Cendana yang bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan, membahas jadwal kegiatan, sekaligus penentuan tempat pelatihan dan pendampingan. Selanjutnya, kegiatan yang dilaksanakan antara lain edukasi, pelatihan, dan pendampingan pengemasan produk yang menarik dan efisien sebagai sarana promosi dan peningkatan omset penjualan, serta edukasi pelatihan, dan pendampingan sistem informasi dan manajemen pemasaran berbasis *digital marketing.*

1. *Focus Group Discussion* (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) dilaksanakan di Universitas Cokroaminoto Palopo. Kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) dihadiri semua tim PKM dan mitra Rumah Madu Cendana yang bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan, membahas jadwal kegiatan, sekaligus penentuan tempat pelatihan dan pendampingan. Hasil diskusi dengan mitra Rumah Madu Cendana menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi terbagi menjadi dua aspek, yaitu aspek pengemasan produk dan aspek pemasaran produk. Madu *trigona biroi* adalah murni hasil produksi rumahan oleh mitra Rumah Madu Cendana, sehingga madu *trigona biroi* yang dihasilkan dikemas dengan

menggunakan botol bekas dan belum memiliki label. Setiap kemasan botol madu *trigona biroi* berisi 460 ml.

Dari segi aspek pemasaran produk, hasil diskusi dengan mitra Rumah Madu Cendana dapat disimpulkan bahwa pemasaran madu *trigona biroi* dilakukan secara konvensional, yaitu dari mulut ke mulut atau dijual langsung ke masyarakat setempat.



Gambar 4. Kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD)

Hasil kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) menunjukkan bahwa ada dua hal yang menjadi permasalahan mitra Rumah Madu Cendana yaitu aspek pengemasan produk dan pemasaran produk. Oleh karena itu, tim PKM bersama mitra Rumah Madu Cendana sepakat mengadakan kegiatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan pengemasan dan pemasaran berbasis *digital marketing*.

2. Kegiatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan

Kegiatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan pada Program Pengabdian kepada Masyarakat berfokus pada 2 aspek yaitu pengemasan produk dan pemasaran berbasis *digital marketing*. Kegiatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan dilaksanakan di salah satu rumah mitra Rumah Madu Cendana yang beralamat di Jalan Koperasi Dusun Karya Bakti Desa Cendana Putih Kecamatan Mappedeceng Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan. Kegiatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan pengemasan produk dan pemasaran berbasis *digital marketing* berkolaborasi dengan Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, dan UKM Kabupaten Luwu Utara yang menghadirkan Ibu Sahaliah, SE., MM.



Gambar 5. Edukasi pengemasan produk dan pemasaran berbasis *digital marketin*

Materi yang disampaikan dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat terbagi dua, yaitu pengemasan produk dan pemasaran berbasis *digital marketin*. Materi

pertama, pengemasan produk yang menarik dan efisien sebagai sarana promosi dan peningkatan omset penjualan. Selanjutnya, tim PKM beserta Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, dan UKM Kabupaten Luwu Utara bersama-sama melakukan pelatihan dan pendampingan pengemasan produk yang diawali dengan pembuatan desain stiker kemasan yang menarik. Hasil diskusi bersama-sama dengan mitra Rumah Madu Cendana bahwa pengemasan madu trigona biroi dikemas kedalam 4 ukuran botol yang berbeda, yaitu 250 ml, 350 ml, 460 ml, dan 1 liter. Berikut tampilan hasil rancangan desain untuk pengemasan madu trigona biroi.



Gambar 6. Desain pengemasan madu trigona biroi

Selanjutnya, desain pengemasan madu trigona biroi dicetak dan ditempelkan pada botol kemasan 250 ml. Berikut tampilan pengemasan madu *trigona biroi.*



Gambar 7. Pengemasan madu *trigona biroi*

Materi kedua, sistem informasi dan manajemen pemasaran berbasis *digital marketing* yang disampaikan oleh Sahaliah, SE., MM dari Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, dan UKM Kabupaten Luwu Utara. Kegiatan ini dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis *digital marketing,* salah satunya cara promosi dengan menggunakan *facebook* dan *instagram.*

Kesimpulan

PKM pemberdayaan kelompok Rumah Madu Cendana melalui pemanfaatan *digital marketing* mendapatkan respon yang sangat positif dari Kepala Desa dan masyarakat Desa Cendana Putih, khususnya mitra Rumah Madu Cendana. Kelompok Rumah Madu Cendana mendapatkan pengetahuan tentang pengemasan yang menarik dan efisien, serta dilengkapi dengan label produk yang jelas dan terperinci sehingga memiliki tampilan yang lebih menarik dan menjadi sarana promosi untuk menarik minat masyarakat dalam membeli madu *trigona biroi.* Selain itu, kelompok Rumah Madu Cendana juga mendapatkan pengetahuan tentang pentingnya pemasaran berbasis digital marketing, sehingga produk madu *trigona biroi* dapat dikomersilkan, menemukan ide baru, dan menghasilkan nilai tambah.

Ucapan Terimakasih

Program Pengabdian kepada Masyarakat merupakan hibah Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2024. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, Universitas Cokroaminoto Palopo, Mitra Rumah Madu Cendana, dan Kepala Desa, serta masyarakat Desa Cendana Putih.

Referensi

Ainnadya Hasan, P., Gita Maulidyah, A., & Baihaqi, A. (2020). Gambaran Umum Trigona spp. di Kabupaten Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan. *SAINTIFIK*, *6*(2). https://doi.org/10.31605/saintifik.v6i2.267

Borsato, D. M., Prudente, A. S., Döll-Boscardin, P. M., Borsato, A. V., Luz, C. F. P., Maia, B. H. L. N. S., Cabrini, D. A., Otuki, M. F., Miguel, M. D., Farago, P. V., & Miguel, O. G. (2014). Topical Anti-inflammatory activity of a monofloral honey of Mimosa scabrella Provided by melipona marginata during winter in Southern Brazil. *Journal of Medicinal Food*, *17*(7), 817–825. https://doi.org/10.1089/jmf.2013.0024

Hamzari, Hapid, A., & Hamka. (2021). Pengembangan Usaha Budidaya Lebah Madu Di Desa Jono Oge Kabupaten Sigi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(1), 23–27.

Kakkar, S., & Bais, S. (2014). A Review on Protocatechuic Acid and Its Pharmacological Potential. *ISRN Pharmacology*, *2014*, 1–9. https://doi.org/10.1155/2014/952943

Pribadi, A., & Wiratmoko, M. E. (2020). KARAKTER MADU LEBAH HUTAN (Apis dorsata Fabr.) DARI BERBAGAI BIOREGION DI RIAU. *Jurnal Penelitian Hasil Hutan*, *37*(7), 184–196. https://doi.org/10.20886/jphh.2019.37.3.184-196

Yaacob, M., Rajab, N. F., Shahar, S., & Sharif, R. (2018). Stingless bee honey and its potential value: A systematic review. *Food Research*, *2*(2), 124–133. https://doi.org/10.26656/fr.2017.2(2).212

Yazan, L. S., Muhamad Zali, M. F. S., Ali, R. M., Zainal, N. A., Esa, N., Sapuan, S., Ong, Y. S., Tor, Y. S., Gopalsamy, B., Voon, F. L., & Syed Alwi, S. S. (2016). Chemopreventive

Properties and Toxicity of Kelulut Honey in Sprague Dawley Rats Induced with Azoxymethane. *BioMed Research International*, *2016*, 10–15. https://doi.org/10.1155/2016/4036926