

Pelaksanaan Pembinaan Usaha Madu Kecamatan Camba Kabupaten Maros

by Baso Madiong

Submission date: 25-Jan-2023 08:45AM (UTC+0700)

Submission ID: 1998836007

File name: 8_Artikel_jurnal_community_November_2021.pdf (618.03K)

Word count: 3832

Character count: 24678



JTCSA 2 (2) (2021)

JOURNAL OF TRAINING AND COMMUNITY SERVICE ADPERTISI

<http://jurnal.adpertisi.or.id/index.php/JTCSA/submissions>



Pelaksanaan Pembinaan Usaha Madu Kecamatan Camba Kabupaten Maros

Baso Madiong¹, Syamsul Bahri²

1. Ilmu Hukum, Pascasarjana Universitas Bosowa, Makassar, Indonesia – Madiongbaso@universitasbosowa.ac.id
2. Ilmu Administrasi Publik, Pascasarjana Universitas Bosowa, Makassar, Indonesia – Syamsul.bahri@universitasbosowa.ac.id

Informasi Artikel

Sejarah Artikel

Diterima Juni 2021

Disetujui Oktober 2021

Dipublikasi Nopember 2021

Abstrak

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat di Kecamatan Camba Kabupaten Maros bertujuan menyelesaikan permasalahan-pemmasalahan prioritas yang dihadapi oleh Petani Madu, baik dari aspek produksi maupun aspek manajemen usaha. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengetahui dan mengungkap: (1) perkembangan aspek produksi lebah madu; (2) pengelolaan manajemen usaha kelompok tani madu. Metode yang digunakan untuk menghasilkan target luaran untuk mencapai tujuan adalah: 1) melakukan pendampingan bagi kelompok usaha petani madu berupa pelatihan dan sosialisasi; 2) Memberi pemahaman tentang dasar-dasar manajemen pemasaran. Metode yang digunakan adalah penyuluhan dan sosialisasi mengenai bagaimana merancang manajemen pemasaran produknya; 3) memberikan sosialisasi mengenai teknik pemasaran yang efektif kepada konsumen. Permasalahan prioritas lainnya yaitu, petani Madu masih menggunakan alat produksi yang sederhana, sehingga tidak mengalami peningkatan hasil produksi dan kurang memahami manajemen usaha dan pemasaran tidak memiliki promosi yang tepat dalam memperkenalkan hasil produksinya. Target luaran yang ingin dicapai terbagi menjadi 3 aspek yaitu aspek produksi, aspek manajemen usaha, aspek usaha. Target luaran pada aspek produksi adalah petani madu dapat memiliki kemampuan untuk meningkatkan hasil produksinya dengan penggunaan teknologi pengolahan. Target luaran pada aspek manajemen usaha adalah petani madu memahami manajemen pemasaran dengan baik. Sebagai indikatornya adalah kelompok mitra dapat membuat rancangan pemasaran secara tertulis mulai dari harga bahan, ongkos kerja, harga jual dan penentuan pemasarannya. Target luaran untuk aspek usaha adalah petani madu telah memiliki sarana promosi untuk memasarkan hasil produksi.

Abstract

The Community Partnership Program in Camba District, Maros Regency aims to solve priority problems faced by Honey Farmers, both from the production aspect and the business management aspect. The purpose is to find out and reveal: (1) the development of honey bee production aspects; (2) management of honey farmer group business management. The methods used to produce the output targets to achieve the objectives are: 1) providing assistance to honey farmer business groups in the form of training and socialization; 2) Provide an understanding of the basics of marketing management. The method used is counseling and socialization on how to design product marketing management; 3) provide socialization of effective marketing techniques to consumers. Another priority problem is, honey farmers still use simple production tools, so they do not experience an increase in production yields and do not understand business management and marketing, do not have the right promotion in introducing their products. The output targets to be achieved are divided into 3 aspects, namely production aspects, business management aspects, and business aspects. The output target in the production aspect is that honey farmers can have the ability to increase their production by using processing technology. The output target in the business management aspect is that honey farmers understand marketing management well. As an indicator, the partner group can make a written marketing plan starting from the price of materials, labor costs, selling prices and marketing determination. The output target for the business aspect is that honey farmers already have promotional tools for marketing their products.

Keywords:

Development Program, Honey Farmers, Honey Business Group, Management

Katakunci:

Program Pembinaan, Petani
Madu, Kelompok Usaha
Madu, Manajemen

Alamat Koresponden:

Pascasarjana Universitas Bosowa, Makassar,
Indonesia
Email: Madiongbaso@universitasbosowa.ac.id

e-ISSN: 2775-9342

1. Pendahuluan

Melihat potensi yang dimiliki Kecamatan Camba Kabupaten Maros dengan luas wilayahnya yaitu 14.536 Ha yang terdiri dari lahan sawah dan lahan bukan sawah (Hikmah, 2017). Lahan sawah yang diusahakan untuk pertanian merupakan sawah berpengairan teknis dan non teknis seluas 1.280 Ha, lahan sawah tadah hujan seluas 657 Ha, selebihnya lahan bukan sawah yang terdiri dari ladang seluas 1.060 Ha, perkebunan seluas 2.112 Ha, hutan rakyat seluas 6.457 Ha dan lahan lainnya seluas 202 Ha (Anonim, 2021).

Kecamatan Camba juga merupakan salah satu kecamatan yang ada di Sulawesi Selatan yang memiliki potensi usaha madu yang patut dikembangkan oleh peramu (Listianingsi D. 2015). Hal ini dapat dilihat dari potensi alam yang dimiliki Kecamatan Camba dengan ketersediaan sumber pakan yang berlimpah. Di samping itu penduduk juga melakukan perburuan lebah madu alam pada desa tetangga yang berada pada kompleks pegunungan Bulusaraung Desa Tompobulu Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene Kepulauan.

Hasil pemanenan madu dari lebah alam dijual kepada pedagang lokal atau dititipkan kepada warung-warung dipinggir jalan provinsi atau dijual kepada keluarga. Hasil penjualan tersebut digunakan oleh peramu untuk pemenuhan kebutuhan uang, seperti biaya sekolah, biaya berobat, atau biaya perjalanan untuk keperluan tertentu.

Produk lebah yang dihasilkan dari berburu lebah madu alam masih terbatas berupa produk madu. Sedangkan menu (Kuntadi, 2018), Jenis lebah *Apis dorsata* yang banyak terdapat di hutan alam juga dapat dihasilkan produk roti lebah, anakan lebah dan lilin pada sarang lebah yang dipanen (Anonim, 2013). Di samping itu peramu belum mengetahui jenis lebah yang terdapat di kecamatan bersangkutan dan potensi jenis produk yang dapat dihasilkan dari pemanenan sarang lebah liar dari hutan alam juga belum teridentifikasi (Sarwono, 2001).

Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengetahui strategi pengembangan usaha madu di Kecamatan Camba, Kabupaten Maros. Hal ini menarik untuk diteliti karena usaha peramu madu di Kecamatan Camba sudah lama dilakukan secara tradisional. Kondisi tersebut disebabkan karena terbatasnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat maupun peramu tentang berbagai hal yang terkait dengan optimalisasi usaha perlebahan. Sehubungan dengan itu, dibutuhkan upaya-upaya konseptual yang mendukung pengembangan usaha madu di Indonesia pada umumnya dan Sulawesi Selatan pada khususnya. Upaya-upaya konseptual termaksud harus didasari dengan pengetahuan dan pemahaman yang mendalam dan bersifat komprehensif tentang berbagai faktor yang mempengaruhi usaha perlebahan yang meliputi keanekaragaman flora habitat lebah, kondisi sosial, dan ekonomi dari peramu madu (Altin, 2012). Sejalan dengan itu pula, diperlukan kebijakan-kebijakan pendukung dalam rangka pengembangan kapasitas usaha lebah dari peramu madu terhadap perlebahan, pengembangan, dan pelestarian habitat lebah, serta pengembangan teknologi dan pemasaran madu (Sperman et al., 2017).

Mengacu pada analisis situasi tersebut di atas, maka tim bersama dengan mitra menjustifikasi bahwa persoalan prioritas yang dialami mitra dan prioritas yang disepakai untuk diselesaikan berkaitan dengan peralatan yang digunakan oleh peramu madu di Kecamatan Camba masih dilakukan secara tradisional. Kondisi tersebut disebabkan karena terbatasnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat maupun peramu tentang berbagai hal yang terkait dengan optimalisasi usaha perlebahan, juga petani madu masih terbatas pemasaran yaitu terbatas hanya bagi pedagang lokal atau dititipkan kepada warung-warung dipinggir jalan provinsi atau dijual kepada keluarga (Firmanah, 2006).

Berdasarkan dari permasalahan mitra, persoalan prioritas yang dialami mitra dan prioritas yang disepakai untuk di selesaikan

berkaitan dengan peralatan yang digunakan oleh peramu madu di Kecamatan Camba masih dilakukan secara tradisional. Kondisi tersebut disebabkan karena terbatasnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat maupun peramu tentang berbagai hal yang terkait dengan optimalisasi usaha perlembahan, juga petani madu masih terbatas pemasaran yaitu terbatas hanya bagi pedagang lokal atau dititipkan kepada warung-warung dipinggir jalan provinsi atau dijual kepada keluarga (Suranto, 2005). Tim memberikan solusi yang dihadapi mitra secara sistematis sesuai dengan permasalahan yang dialami oleh petani madu di wilayah Kecamatan Camba. Kegiatan yang ditawarkan adalah penggunaan peralatan teknologi dalam peningkatan produksi, juga melakukan promosi di beberapa daerah dalam wilayah Kabupaten Maros khususnya dan Sulawesi Selatan pada umumnya untuk memperkenalkan produk dengan harapan hasil produksi dapat didistribusi kepada daerah-daerah yang membutuhkan dan solusi lainnya adalah hasil produksi madu dapat dipamerkan pada acara pameran setiap ada kegiatan pemeritnah daerah kabupaten Maros.

Luaran yang diharapkan dari kegiatan program kemitraan masyarakat ini antara lain:

- a. Melakukan pendampingan kepada petani madu melalui sosialisasi pentingnya perubahan pola pikir dalam peningkatan hasil produksi madu. Disamping itu, membantu petani madu dengan pemberian peralatan modern, sehingga cara-cara tradisional mulai ditinggalkan.
- b. Memberikan penyuluhan dengan melibatkan Dinas prindustrian dan perdagangan agar para

petani madu mendapatkan pemahaman mengenai teknik pemasaran yang efektif.

- c. Peningkatan produksi madu dan memahami peluang pasar untuk memasarkan hasil produksi mudunya.
- d. Memberikan pengetahuan dan pendampingan mengenai produk t₁unan yang dihasilkan dari lebah madu dan melakukan promosi baik melalui media cetak, elektronik dan media sosial.

2. Metode

a) Pelaksanaan

2 Dalam melaksanakan kegiatan ini, langkah-langkah operasional yang dilakukan pada pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini disesuaikan dengan permasalahan, potensi, budaya masyarakat, dan dikerjakan sesuai dengan at uran yang telah ditetapkan (Ham et al., 2021; Iskandar & Halim, 2019). Berdasarkan dari program yang telah dilaksanakan dalam Program Kemitraan Masyarakat ini, Ketercapaian program dapat dijelaskan dalam uraian berikut ini.

- a. Sosialisasi Program
Sosialisasi Program ini diberikan kepada seluruh masyarakat petani madu di Kecamatan Camba. Kegiatan ini diinformasikan melalui kegiatan penyuluhan.
- b. Koordinasi dilakukan antara peneliti, mahasiswa yang dilibatkan dan 2 koh masyarakat Kecamatan Camba untuk pelaksanaan kegiatan ini. Setelah disepakati dan dikoordinasikan rancangan kegiatan yang akan diajukan maka diperoleh kesepakatan hari untuk pelaksanaan program.

Tabel 1. Profil Mitra dan Permasalahan Beberapa Aspek

No	Pemasalahan	Mitra I	Mitra II	Metode yang Ditawarkan
1	Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas rendah • Type/model produk kurang Inovatif rendah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas rendah • Type/model produk kurang Inovatif rendah 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan produksi secara kontinyu. • Mengadakan Pendidikan dan pelatihan tenaga kerja
2	Manajemen usaha	<ul style="list-style-type: none"> • Tradisional/manajemen kekeluargaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tradisional/manajemen kekeluargaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan evaluasi kerja/kinerja • Melakukan recruitmen tenaga kerja dengan mengutamakan skil dan tingkat pendidikan • Melakukan evaluasi kebijakan kompensasi insentif bagi tenaga kerja yang berprestasi • Melakukan perencanaan yang terevaluasi dan berukur.
3	Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Pangsa pasar kurang 	<ul style="list-style-type: none"> • Pangsa pasar kurang 	<ul style="list-style-type: none"> • 11 u adanya networking • Melakukan diversifikasi produk baik jenis maupun type/model. • Melakukan pemasaran yang multi saluran serta distribhbi yang efektif. • Melakukan promosi Lewat event pameran/toocksow.

Sumber: Hasil olahan data peneliti.

b) Prosedur Kerja

- Pertama : Observasi/pendataan potensi mitra

- Kedua : Identifikasi permasalahan mitra
- Ketiga : Temu konsultasi dengan kedua mitra

- Keempat :Perumusan permasalahan
- Kelima :Penjustifikasian permasalahan bersama mitra program
- Keenam : Penyusunan schedule kegiatan
- Ketujuh : Pengadaan peralatan kegiatan
- Kedelapan : Penyusunan rencana kerja
- Kesembilan : Penetapan target kerja
- Kesepuluh : Pelaksanaan kegiatan
- Kesebelas : Evaluasi kegiatan
- Keduabelas : Publikasi kegiatan
- Ketigabelas : Rekomendasi program
- Keempatbelas : Pelaporan kegiatan ke Dikti

c) Rencana Kegiatan

Berdasarkan prosedur kerja di atas, maka rencana kegiatan yang akan dilakukan adalah menyusun langkah-langkah pelaksanaan kegiatan dengan menetapkan rencana program kerja serta perangkatnya agar waktu, tenaga dan biaya dapat teralokasi dengan baik tanpa terabaikan budaya kerja yang rasional dan transparansi.

d) Partisipasi Mitra Terhadap Pelaksanaan Program

Dengan memperhatikan budaya kerja yang rasional dan transparan kepada semua pihak yang berkepentingan dalam suatu kegiatan khususnya kepada mitra program dan juga kepada pemerintah setempat, maka elektabilitas program yang ditawarkan kepada mitra dan masyarakat lebih terpercaya dan terpanggil untuk berpartisipasi didalamnya. Hal ini terbukti pada saat sosialisasi program Kemitraan Masyarakat di Kecamatan Camba pada awal bulan Mei 2019, dimana undangan yang disampaikan kepada kelompok usaha Madu adalah 25 orang, namun yang datang menghadiri melebihi undangan sebanyak 30 orang.

e) Jenis Luaran Yang Dihasilkan Sesuai dengan Rencana Kegiatan

Memperhatikan rencana kegiatan pada poin 3 di atas, maka luaran yang akan dicapai berdasarkan langkah-langkah tersebut adalah “ *Melakukan produksi secara kontinue dengan memperhatikan perkembangan pasar dan kemampuan perusahaan*”. Selanjutnya, dengan paradigma manajemen usaha terhadap mitra

dari tradisional ke profesionalisme/modern, maka inovatif dan kreatif dapat tercipta.

Menurut pendapat Rangkuti (2009), strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 (tiga) tipe strategi, yaitu :

1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh suatu manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.

2. Strategi Investasi

Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya, apakah perusahaan melakukan strategi pertumbuhan yang agregatif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi diinventasi, dan sebagainya.

3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena bisnis ini berorientasi kepada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Ada beberapa strategi pengembangan dalam usaha kecil, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut :

1. Peningkatan akses pada aset produktif, terutama modal, di samping itu juga teknologi, dan manajemen.

2. Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu kegiatan yang luas mulai dari pencadangan usaha, sampai pada informasi pasar, bantuan produksi, dan prasarana maupun sarana pemasaran. Hal ini terkhusus bagi usaha kecil di pedesaan.

3. Kewirausahaan, seperti yang telah dikemukakan di atas. Dalam hal ini pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan sangatlah penting. Namun dalam pelatihan itu penting pula ditanamkan semangat wirausaha. Bahkan hal ini harus diperluas dan dimulai sejak dini, dalam sistem pendidikan kita dalam rangka membangun bangsa Indonesia yang mandiri yakni bangsa niaga yang maju dan bangsa industri yang tangguh. Upaya ini akan memperkuat proses transformasi ekonomi yang sedang berlangsung karena didorong oleh transformasi budaya, yakni modernisasi sistem nilai dalam masyarakat.

- 5
4. Kelembagaan. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Memperkuat pasar adalah aspek yang sangat penting, tetapi hal itu harus disertai dengan pengendalian agar bekerjanya pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan. Untuk itu diperlukan intervensi-intervensi yang tepat, yang tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah yang mendasar dalam suatu ekonomi bebas, tetapi tetap menjamin tercapainya pemerataan sosial (*social equity*).
 5. Kemitraan usaha. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategi bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat. Kemitraan telah terbukti berhasil diterapkan di negara-negara lain, seperti di negara Asia yaitu Taiwan, Hongkong, Singapura, dan Korea Selatan. Hal ini sangat menguntungkan pada perkembangan ekonomi dan industrialisasi di negara tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

4 Madu sebagai hasil alam yang memiliki sejuta manfaat telah di konsumsi secara pribadi masyarakat yang berdomisili di Camba sejak dahulu kala sebagai obat herbal dan pemanis alami non olahan. Di era modern ini sangat sulit ditemui makanan non olahan alami yang memiliki manfaat sebesar madu lebah alam yang dijadikan konsumsi wajib bagi 8 bagian kalangan. Kini madu lebah alam yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi, sehingga menjadikan madu lebah alam mulai

dikomersilkan oleh masyarakat Camba sejak beberapa dekade terakhir ini. Ada sebanyak 12 (Dua Belas) informan usaha madu lebah alam di Camba telah saya wawancarai dengan latar belakang dan usia yang variatif. Usaha madu lebah alam masih menjadi prioritas kedua setelah pekerjaan utama ke-12 informan yang didominasi petani padi dan honorer. Peramu madu lebah alam adalah mata pencaharian kedua masyarakat disebabkan oleh beberapa faktor antar lain; madu diperoleh dari hutan yang sangat dipengaruhi oleh kondisi alam, cuaca dan iklim berpengaruh besar terhadap ketersediaan dan mutu madu hutan, dan dalam proses pemanenan madu juga tidak dapat dilakukan setiap waktu karena lokasi pemanenan jauh kedalam hutan dan harus dibarengi dengan keterampilan yang baik. Dalam proses pengolahan madu yang telah dipanen segera dikemas dengan botol kaca 600 ml atau jerigen lima liter apabila calon konsumen membeli dalam jumlah besar. Sebagian besar masyarakat peramu madu yang bermukim di sekitar Kecamatan Camba, melakukan aktivitas pemanenan madu lebih dari 10 tahun. Semakin lama melakukan aktivitas pemanenan madu maka semakin besar pula pengalaman dan keterampilan mereka dalam memproduksi madu.

10 Peramu madu di Kecamatan Camba dalam melakukan kegiatan pemanenan madu menggunakan alat pengasap. Alat pengasap tersebut terbuat dari batang bambu "Perring" yang kering.



Gambar 1: Peralatan yang dibutuhkan yaitu bamboo kering 5 Meter

Adapun cara peramu membudidayakan madu lebah alam dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2 : Cara Budidaya lebah Madu

Adapun cara masyarakat untuk mengambil madu lebah alam adalah dapat

dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 3 : Pengambilan Madu Lebah Alam

Hasil pembudidayaan Madu lebah alam,

yang sudah siap dikonsumsi dan dipasarkan dengan berbagai ukuran.



Gambar 4 : Hasil pengolahan Lembah Madu yang siap dipasarkan

Pengalaman informan memanen madu dapat menjadikan masyarakat mahir dalam melakukan tahap-tahap pemanenan, seperti memanjat pohon, mengusir koloni lebah dari sarangnya, mengambil sarang yang berisi madu, menurunkan sarang madu, memisahkan madu dari sarang dan menampungnya di dalam jerigen. Pekerjaan memanjat merupakan pekerjaan yang beresiko karena harus memanjat pohon yang tinggi di hutan untuk mengambil sarang yang bergelantungan di ranting pohon tersebut. Risiko buruk yang sewaktu-waktu mengancam adalah terjatuh dari pohon, melalui pengalaman mereka maka risiko terjatuh dapat disiasati dengan baik, karena sudah menguasai teknik memanjat.

Madu rimba yang ada saat ini berpotensi untuk dikembangkan menjadi sebuah produk organik, kondisi ini didukung dengan proses pembudidayaan secara lestari yang awalnya sudah dikelola secara alami. Tidak hanya madu saja yang dapat dikembangkan sebagai sebuah peluang usaha, sarang lebahnya pun dapat dimanfaatkan sebagai lilin lebah atau *beeswax* dan produk lainnya yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Identifikasi faktor Internal Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal pengembangan usaha madu hutan di Camb. Kekuatan usaha madu hutan di Camba menunjukkan kemungkinan adanya faktor yang mempengaruhi keberhasilan, sedangkan kelemahan usaha madu di Camba menunjukkan adanya faktor penghambat yang perlu diperbaiki. Pada usaha madu di Camba Kabupaten Maros memiliki kekuatan sebagai berikut:

1. Kekuatan a) Produk Alami Produk madu hutan di Camba diperoleh secara alami karena dipanen di dalam hutan dengan pembaruan sarang madu tanpa campur tangan manusia secara langsung. b) Manfaat sebagai obat herbal dan pemanis alami. Madu sudah menjadi hasil alam yang digemari konsumen karena memiliki manfaat bagi kesehatan tanpa ada efek samping dan juga beberapa orang memanfaatkannya sebagai pemanis alami non olahan. c) Harga relatif terjangkau Harga yang ditawarkan Rp. 90.000,- sampai Rp. 100.000,- relatif terjangkau di banding madu ternak karna tidak membutuhkan biaya produksi dan proses pemasaran yang sederhana. d) Proses regenerasi alami. Proses produksi madu hutan yang terjadi karena regenerasi alami menjadi kekuatan dalam usaha madu Karena` tidak

membutuhkan biaya produksi dan pemeliharaan. e) Keaslian madu terjamin.

Di tengah keraguan masyarakat perihal madu asli, para pelaku usaha madu lebah alam hutan di Camba mejamin keaslian dagangannya dengan pengujian secara manual. Pengujian keaslian madu dapat dilakukan dengan menuangkan madu keatas sendok makan yang dipanaskan dengan lilin, madu berkualitas/asli akan akan mengeluarkan buih yang sangat banyak dan warnanya menjadi gelap. Setelah itu dinginkan madu dan colek menggunakan ujung jari, madu asli teksturnya akan tetap cair dan menetes sedangkan madu palsu akan membentuk seperti benang dan cenderung sangat kental seperti gula aren.

2. Kelemahan a) Masih dikelola secara tradisional Madu hutan di Camba masih dikelola secara tradisional dengan mengandalkan kearifan lokal setempat dari proses pemanenan sampai proses pengemasan. b) Belum mendapat perhatian khusus dari pemerintah setempat. Sangat di sayangkan potensi madu hutan di Camba belum mendapat perhatian khusus oleh pemerintah setempat dari aspek manapun. Padahal usaha madu terlebih pengembangan menjadi madu ternak cukup mejanjikan mengingat eksistensi madu tetap terjaga sampai saat ini. c) Belum menggunakan merk. Para pelaku usaha madu hutan di Desa Laiya masih memasarkan madu dagangannya tanpa menggunakan merk atau brand hingga memperlambat proses promosi agar lebih dikenl oleh khalayak luas. d) Pengemasan belum steril Proses pengemasan masih belum steril hingga mengurangi citra pruduk madu itu sendiri serta belum menggunakan segel yang aman dan mudah untuk dibuka sebelum tiba ditangan konsumen. e) Minimnya penguasaan teknologi. Penggunaan teknologi belum maksimal menjadikan hasil tidak maksimal dan memerlukan waktu yang sedikit lama serta tenaga lebih dalam mengolah serta memasarkan produk madu hutan. ` f) Mata pencaharian sampingan. Usaha madu hutan masih menjadi mata pencaharian sampingan setelah pekerjaan utama pelaku usaha yang didominasi petani padi dan honorer yang disebabkan oleh beberapa faktor antar lain; g) madu diperoleh dari hutan yang sangat dipen`ruhi oleh kondisi alam, cuaca dan iklim berpengaruh besar terhadap ketersediaan dan mutu madu hutan di Camba.

3. Identifikasi faktor Eksternal. Peluang dan ancaman sebaiknya disusun sedemikian rupa sehingga perhatian khusus dapat diberikan kepada yang dinilai lebih penting dan mendesak untuk segera dilaksanakan. Perubahan yang terjadi pada lingkungan eksternal secara pasti akan menimbulkan peluang bagi pelaku usaha madu hutan. Kondisi eksternal adalah kecenderungan berbagai kejadian dan pengaruh alam yang berada diluar kendali para pelaku usaha madu hutan. Kondisi eksternal tidak sama bagi setiap usaha sehingga dampak yang ditimbulkan oleh perubahan kondisi eksternal ini juga berbeda untuk pengusaha yang berbeda.
4. Kuantitas madu dipengaruhi oleh kondisi alam. a) Ketersediaan dipengaruhi oleh alam. Dimusim penghujan kuantitas madu hutan sangat sedikit karena akses menuju hutan terkendala hujan serta pohon sulit untuk dipanjat yang membuat pemanen enggan memanen dengan pertimbangan risiko yang besar. b) Kualitas dipengaruhi iklim dan cuaca. Mutu atau kualitas madu hutan kurang baik pada musim hujan karena kandungan air yang cukup banyak sehingga madu hutan tidak layak untuk dijual. c) Persaingan pasar semakin besar. Karena memiliki nilai ekonomis yang lumayan tinggi membuat beberapa masyarakat memburu madu hutan untuk dijual kembali sehingga memperketat persaingan. d) Tingkat kepercayaan adanya madu asli yang rendah. Sudah menjadi stigma bahwa madu yang asli atau murni sangat sulit didapatkan karena di luar sana banyak ditemui kasus pengoplosa madu dengan campuran bahan lain.

Selain itu usaha madu lebah alam Kecamatan Camba Kabupaten Maros juga dalam meningkatkan persaingan penjualan madunya dengan kebijakan lain yaitu memaksimalkan musim guna menjaga kualitas dan kuantitas, hal ini dapat dilihat dari jawahan wawancara dengan pihak berwenang, dimana Pemilik Usaha madu hutan menyatakan bahwa untuk menghadapi persaingan usaha madu hutan yang lain.

Strategi lain yang diambil usaha peternakan madu hutan yaitu dengan berkonsentrasi ke segmen tertentu yang memperhatikan margin dan peluang yang masih bagus untuk menjadi target usaha, sehingga usaha madu hutan dapat bersaing secara sehat dengan pengusaha lain. Dengan

kebijakan dan strategi yang diambil pengusaha madu hutan di Kecamatan Camba Kabupaten Maros akan memacu perkembangan usahanya agar tetap eksis di masa mendatang walaupun persaingan semakin ketat

4. Kesimpulan

Usaha madu di Kecamatan Camba layak untuk dikembangkan. Dilihat dari segi ekonomi yang diperoleh peramu madu yang menjadi pendapatan tambahan bagi mereka. Dilihat dari segi sosial yang ditandai dengan pengalaman kerja memanen madu dengan rata-rata kerja lebih dari 11 tahun. Dilihat dari segi lingkungan di Kecamatan Camba yang memiliki potensi alam untuk dikembangkannya usaha madu dengan ketersediaan sumber pakan yang berlimpah.

Dari hasil data yang diperoleh alternatif dalam pengembangan usaha madu di Kecamatan Camba yang dapat diterapkan yaitu melakukan promosi baik melalui media cetak, elektronik dan media sosial, fasilitasi pendampingan untuk meningkatkan keterampilan peramu madu dalam hal teknik pasca panen dan mutu produksi madu, serta perbaikan kemasan produk dengan prioritas 0.586, strategi membuka peluang dan perluasan jaringan pasar dengan melakukan kerja sama dari pihak pemerintahan, LSM, Industri pengolahan, perbankan dan perguruan tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi langsung dan tidak langsung dalam penelitian ini, khususnya kepada penyandang dana Hibah Ristekdikti yang telah membiayai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Altin, D. (2012). *Madu Pelawan Potensi Ekonomi Kreatif Babel Masa Depan*. Ubb.Ac.Id. https://ubb.ac.id/?page=artikel_ubb&&id=531
- Anonim. (2013). *Data Produksi Madu Di Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Anonim. (2021). *Maros Dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik.
- Firmansyah, F. (2006). *Analisis Perilaku dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Madu dan Produk Pesaingnya Serta Implikasinya Bagi Strategi Pemasaran*. Institut Pertanian

Bogor.

- Halim, H., Ibrahim, I., & Zainuddin, R. (2021). Pelatihan Pemetaan Potensi Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Kabupaten Maros Sulawesi Selatan. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 103–109. <https://doi.org/10.52072/abdine.v1i2.207>
- Hikmah, A. N. (2017). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Madu di Kecamatan Camba, Kabupaten Maros*. Hasanuddin University.
- Iskandar, A. M., & Halim, H. (2019). *Mekanisme Pemberdayaan Gelandangan Dan Pengemis Di Kota Makassar (Studi Kasus Di Perumahan BTP Tamalanrea)*. <https://doi.org/10.26618/kjap.v5i2.2236>
- Kuntadi, K. (2018). *Kearifan Tradisional dalam "Budidaya" Lebah Hutan*. Kanisius.
- Sarwono, S. (2001). *Kiat Mengatasi Permasalahan Praktis Lebah Madu*. PT Agro Media Pustaka.
- Suherman, D., Kadarsih, S., & Gusmantoro, M. G. (2017). Strategi Pemasaran Madu Berdasarkan Karakteristik Konsumen di Kota Bengkulu. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*, 12(2), 171–183. <https://doi.org/10.31186/jspi.id.12.2.171-183>
- Suranto, S. (2005). *Khasiat dan Manfaat Madu Herbal*. Agromedia Pustaka.

Pelaksanaan Pembinaan Usaha Madu Kecamatan Camba Kabupaten Maros

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	es.scribd.com Internet Source	4%
2	eprints.upgris.ac.id Internet Source	4%
3	repo.isi-dps.ac.id Internet Source	3%
4	ojs.unpatti.ac.id Internet Source	3%
5	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%
6	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	2%
7	id.wikipedia.org Internet Source	1%
8	Semuel F Rupilu, August E Pattiselanno, Eddy Ch Papilaya. "STRATEGI PENGEMBANGAN MADU HUTAN DI DESA HIAY KECAMATAN	1%

WETAR KABUPATEN MALUKU BARAT DAYA",
Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan, 2022
Publication

9	adoc.tips Internet Source	1 %
10	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1 %
11	ecosystem.unibos.id Internet Source	1 %
12	alvindayu.com Internet Source	1 %
13	Serli Oktapiani. "ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS BERBASIS MADU PADA UD. "OMG" DI DESA BUNGA EJA KECAMATAN EMPANG : STUDI KASUS PADA SABUN AULY", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2021 Publication	1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude assignment template On

Exclude matches < 1%