
Pengembangan Usaha dan Pemasaran Madu Kele Bangli

¹Ricky Aurelius Nurtanto Diaz, ^{2*}Putu Devi Novayanti, ³I Made Suandana A. Pande,
⁴Komang Tania Parameswari
Institut Teknologi Dan Bisnis STIKOM Bali
Email: devinovayanti@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Di masa pandemi, selain menjalankan protokol kesehatan yang ketat, konsumsi makanan dan minuman yang bergizi juga akan membantu menjaga daya tahan tubuh. Madu merupakan sumber manfaat yang besar bagi pemenuhan gizi dan kesehatan. Selain meningkatkan daya tahan tubuh, madu juga efektif meningkatkan kekebalan tubuh, meredakan batuk, dan melindungi jantung. Pelaksanaan pengabdian ini akan menguntungkan salah satu mitra yang membuat dan menjual madu, khususnya madu Kele. Kondisi saat ini di lapangan dimana rekanan berada Br. Jelekungkang, Desa Adat Jelekungkang, Tamanbali, Kabupaten Bangli. Karena proses pemasaran dilakukan secara eksklusif melalui kerabat atau kontak keluarga dan dibuat sesuai dengan jumlah pesanan yang ada, maka kondisi yang terjadi pada usaha internal mitra pengabdian masyarakat adalah tidak adanya pasar yang ada. Sebagai hasil dari peluang yang hadir untuk mitra, tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu mitra mengembangkan bisnis mereka dan memanfaatkan teknologi pemasaran secara efektif. Tim akan menawarkan bantuan dengan peralatan produksi dan pelatihan dalam pengembangan perusahaan mitra untuk memenuhi tujuan ini. Mitra merasa terbantu setelah menerima pelatihan penggunaan aplikasi e-commerce. Dari sisi jumlah produksi mitra mengalami peningkatan jumlah permintaan sebesar 50% sedangkan jumlah produksi masih fluktuatif karena kondisi cuaca dan koloni baru yang datang sebelum kegiatan berakhir.

Kata kunci : teknologi, branding, akuntansi

ABSTRACT

During a pandemic, apart from carrying out strict health protocols, consumption of nutritious food and drinks will also help in maintaining the immune system. Honey is a source of great benefits for the fulfillment of nutrition and health. In addition to increasing endurance, honey is also effective in boosting immunity, relieving coughs, and protecting the heart. The implementation of this service will benefit one of the partners who make and sell honey, especially Kele honey. The current condition in the field is where the partner located Br. Jelekungkang, Jelekungkang Traditional Village, Tamanbali, Bangli Regency. Because the marketing process is exclusively conducted through relatives or family contacts and is created according to the quantity of current orders, the condition that happens in the business of community service partners is the lack of an existing market. As a result of the opportunities that are present for partners, this internal community service project's goal is to help partners grow their businesses and make effective use of marketing technologies. The team will offer assistance with production equipment and training in partner company development in order to meet this objective. Partners feel aided having received training in the usage of e-commerce apps. In terms of the amount of production, partners experienced an increase in the number of requests by 50% while the amount of production still fluctuated due to weather conditions and new colonies that arrived before the end of the activity.

Key words: technology, branding, accounting

PENDAHULUAN

Pola hidup sehat erat kaitannya dengan olahraga dan konsumsi makanan bergizi. Dengan menerapkan pola hidup sehat, maka manusia dapat mengurangi kemungkinan mengidap penyakit tertentu. Selain melakukan tindakan pencegahan kesehatan yang ketat selama pandemi, nimun dan makan makanan sehat akan mendukung pemeliharaan sistem kekebalan tubuh. Pola makan yang seimbang akan menjaga sistem kekebalan tubuh yang kuat sehingga dapat membantu menahan infeksi virus, menurut artikel “How Nutrition Can Help to Fight Against Covid-19 Pandemic” yang diterbitkan di National Library of Medicine of the United States National Institutes of Health.

Madu adalah salah satu sumber pemberi manfaat besar terhadap pemenuhan gizi dan kesehatan. Madu berkhasiat untuk menjaga kekebalan tubuh, meredakan batuk, menjaga kesehatan jantung selain meningkatkan stamina. Vitamin A (retinol), E (tokoferol), K, B kompleks, dan C, serta flavonoid, asam fenolik, dan karotenoid hanyalah beberapa dari sekian banyak zat aktif yang ditemukan dalam madu. Selain itu, zat ini dapat ditemukan pada produk lebah lainnya seperti propolis.

Pelaksanaan pengabdian ini akan menguntungkan salah satu mitra yang membuat dan menjual madu, khususnya madu Kele. Banjar Jelekungkang adalah mitra pengabdian masyarakat internal yang memasarkan madu Kele lebih kepada keluarga atau teman. Mitra tersebut berdomisili di Desa Adat Jelekungkang, Tamanbali, Kabupaten Bangli. Produksi dan penjualan mitra cukup sederhana. Masalahnya mitra masih menggunakan strategi pemasaran lokal yang belum menyebar ke pasar yang lebih luas, sehingga barang yang mereka buat hanya diketahui oleh keluarga dekat dan lingkungan sekitar saja. Varian lebah lokal

yang memiliki jumlah produksi madu yang sedikit juga menjadi kendala lainnya, sehingga diperlukan sarang yang lebih besar untuk meningkatkan jumlah produksi.

Melalui kegiatan ini, mitra akan menerima pelatihan pemasaran dan dukungan inisiatif untuk meningkatkan produktivitas lebah. Selain itu juga akan dilakukan pengenalan teknologi keuangan bagi mitra, guna menambah pengetahuan keuangan mitra yang selama ini belum melakukan pencatatan *customer*, penjualan, serta pendapatan yang diperoleh. Dari permasalahan tersebut maka dalam kegiatan pengabdian ini akan diberikan pelatihan dan *workshop* mengenai pengembangan usaha mitra seperti pelatihan pemasaran secara online serta pelatihan penggunaan teknologi keuangan. Dalam upaya memasarkan produk, diperlukan komunikasi pemasaran yang baik (Diaz, Harsemadi, Arini, Sulistyorini, & Wedasari, 2019). Bagi perkembangan komunikasi pemasaran, media sosial memungkinkan peningkatan nilai (*value*) dari para pelakunya, dengan menggunakan prinsip membangun relasi antara perusahaan dengan *follower* atau fans (Arisandi & Pradana, 2018). Berdasarkan hasil penelitian (Febriyantoro & Arisandi, 2018) diketahui bahwa digital marketing dapat memudahkan pelaku usaha untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan *awareness* dan penjualan. Sehingga tujuan kegiatan pengabdian ini akan membantu meningkatkan *brand awareness* terhadap produk yang dijual mitra, serta adanya peningkatan jumlah produksi untuk mendukung permintaan *customer*.

Tabel 1. Analisis Situasi

No	Bidang	Masalah	Solusi
1	Pemasaran	Pemasaran belum	Pelatihan pemasaran

		mencapai pangsa pasar yang luas.	secara online.
2	Keuangan	Tidak adanya pencatatan keuangan dan penjualan.	Pelatihan penggunaan teknologi keuangan.
3	Produksi	Jumlah produksi yang sedikit.	Pemberian alat bantu produksi.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi diatas maka permasalahan yang menjadi prioritas dalam kegiatan pengabdian ini adalah permasalahan jumlah produksi yang masih sedikit. Ada cukup banyak sarang madu, tetapi karena varian lebah kele adalah lebah lokal sehingga hasil madunya lebih sedikit. Perlu memiliki jenis kele yang hasil madu dan sarangnya yang lebih besar. Untuk itu yang menjadi fokus kegiatan adalah pengembangan usaha dalam peningkatan produksi dan pelatihan dalam pemanfaatan teknologi pemasaran serta keuangan.

METODE

Pelatihan pengembangan usaha untuk meningkatkan output dan pelatihan penggunaan teknologi pemasaran dan keuangan adalah jawaban yang disarankan atas kendala yang telah dijelaskan. Peningkatan yang dilakukan terkonsentrasi pada sarang yang lebih besar, desain kemasan, dan optimalisasi pemasaran, khususnya di media internet. Gambar 1 menunjukkan kegiatan yang dilakukan.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Pengabdian

Proses yang dilakukan berdasarkan permasalahan dalam pengabdian masyarakat ini melibatkan beberapa tahapan, antara lain sosialisasi dengan mitra, penyerahan bantuan produksi, desain

label dan kemasan, pelatihan pemasaran dan teknologi finansial, serta evaluasi. Berikut adalah detail kegiatan yang dilakukan :

1. Sosialisasi dengan mitra
Tahap pertama adalah melakukan sosialisasi untuk memberikan gambaran kepada mitra pengabdian mengenai kegiatan yang akan dilakukan. Pada tahap ini, perkenalan tim yang berpartisipasi, beberapa kegiatan yang dilakukan, serta kesepakatan jadwal kegiatan.
2. Penyerahan alat bantu produksi
Tahap ini bertujuan untuk menyerahkan bantuan berupa sarang dan alat bantu lain yang diperlukan mitra dalam usaha meningkatkan kapasitas hasil produksi madu kele.
3. Desain label dan kemasan
Menentukan desain label dan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan mitra dan juga sesuai atau menarik dari segi pemasaran dilakukan pada tahap ini. Mengacu pada kemampuan orang untuk mengingat suatu merek ketika mereka melihat atau menemukan gambar dan kualitas tertentu, yang merupakan salah satu komponen kunci dari citra merek (Agatha, Tumbel, Soepeno, Sam, & Manado, 2019). Untuk mengenali karakteristik tersebut, beberapa desain diberikan kepada mitra. Salah satu bentuk desain tersebut yang akan digunakan untuk membuat kemasan.
4. Pelatihan Teknologi Pemasaran
Pengembangan branding bisnis yang dibuat oleh mitra menjadi fokus utama dari tahap ini. Dalam rangka membantu upaya mitra untuk menjangkau target pasar yang lebih besar, fokus pada saat ini adalah mengajarkan pengelolaan akun mitra dalam proses pemasaran kepada masyarakat umum. Secara alami, jumlah pesanan meningkat seiring dengan berkembangnya target pasar mitra. Media yang digunakan sesuai permintaan mitra adalah akun media

sosial berupa Instagram dan akun *e-commerce* yaitu Tokopedia.

5. Pelatihan Teknologi Keuangan

Karena selama ini mitra belum mendokumentasikan secara teliti setiap transaksi baik pengeluaran maupun pemasukan, tahapan ini dimaksudkan untuk membantu mitra mengelola usahanya secara lebih terstruktur dengan bantuan teknologi. Dengan pelatihan yang tepat dalam penggunaan teknologi keuangan, dimaksudkan agar semua transaksi mitra dapat dicatat secara menyeluruh.

6. Evaluasi kegiatan

Tahap terakhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah evaluasi kegiatan. Untuk mengukur seberapa baik mitra telah memahami pelatihan yang diberikan adalah tujuan dari evaluasi yang dilakukan. Pengukuran akan didasarkan pada peningkatan produksi yang terjadi setelah pemasangan sarang, serta efisiensi yang diperoleh mitra dan menggunakan teknologi desain dan pemasaran.

PEMBAHASAN

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendukung mitra dalam upaya pengembangan bisnis mereka. Pengiriman bantuan manufaktur dan desain label dan kemasan perusahaan adalah dua komponen dari kegiatan tersebut. Selanjutnya kegiatan dilaksanakan dengan pelatihan teknologi pemasaran dan keuangan serta evaluasi. Berikut adalah kegiatan yang telah dilaksanakan:

1. Penyerahan Alat Bantu Produksi

Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan bantuan perlengkapan produksi kepada mitra seperti bantuan koloni lebah, refraktometer dan sarang, agar lebih banyak madu yang dapat dihasilkan. Berikut adalah beberapa dokumentasi terkait kegiatan ini:



Gambar 2. Penyerahan Alat Bantu Produksi

2. Desain Label dan Kemasan

Pemilihan konsep label dan kemasan dilakukan di tahap ini. Diman tim pengabdian menyajikan banyak konsep yang dibuat kepada mitra dan meminta persetujuan mereka.

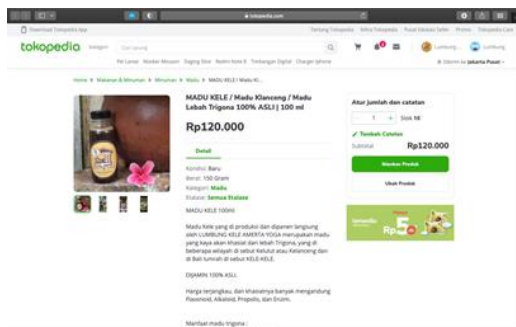


Gambar 3. Contoh Desain Label dan Kemasan

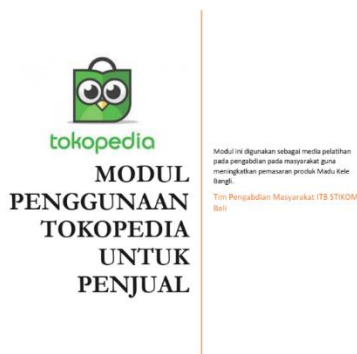
3. Pelatihan Teknologi Pemasaran dan Keuangan

Tim pengabdian ditahap ini mengadakan sesi online dengan mitra. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan mitra teknologi pemasaran yang dapat membantu branding bisnis yaitu penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* untuk mengiklankan produk mitra. Disamping itu, pemanfaatan teknologi keuangan juga diberikan kepada mitra untuk membantu mitra dalam pencatatan transaksinya. Pada tahap ini, mahasiswa berpartisipasi dalam mempersiapkan materi yang akan disampaikan kepada

mitra. Luaran dari kegiatan ini adalah aplikasi *e-commerce* yang telah didaftarkan untuk mitra dan mulai dapat digunakan, akun media sosial untuk memasarkan produk mitra, serta modul penggunaan aplikasi pencatatan keuangan, aplikasi *e-commerce* dan sosial media. Berikut ini adalah beberapa luaran pada tahap pelatihan teknologi pemasaran dan keuangan yang dihasilkan.



Gambar 4. Pemasaran Produk Pada *E-commerce*

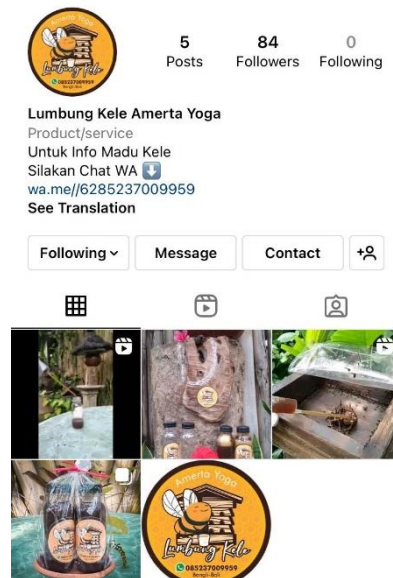


Gambar 5. Modul Penggunaan *E-commerce*

4. Evaluasi

Pada tahapan kali ini, Tim pengabdian mengadakan pertemuan dengan mitra untuk menentukan sejauh mana mitra memahami kegiatan pelatihan yang dilakukan dan untuk menilai dampak dari hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan selama enam bulan sebelumnya. Secara keseluruhan, mitra merasa kegiatan ini sangat menarik dan sangat terbantu dengan adanya pendampingan dari tim pengabdian dalam usaha yang dirintis oleh mitra ini. Mitra juga terbantu dengan adanya pelatihan teknologi pemasaran, dimana dengan pelatihan yang

dilakukan, mitra dapat lebih percaya diri dalam melakukan promosi melalui aplikasi *e-commerce* maupun media sosial. Harapan meningkatnya pasar juga terlihat dari adanya peningkatan jumlah *followers* dari awal sebelum pelatihan masih belum memiliki media sosial, namun saat ini perlahan bertambah sampai dengan 84 *followers*. Dari sisi pendapatan, mitra memiliki kenaikan jumlah permintaan sebesar 50% atau rata-rata 300.000 rupiah per bulan yang salah satunya diperoleh dari mulai dikenalnya media sosial mitra. Berikut adalah gambaran aktivitas mitra pada media sosial instagram.



Gambar 6. Sosial Media Mitra

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berhasil secara keseluruhan. Tahap awal proyek ini dikhususkan untuk pembuatan label dan kemasan serta penyediaan alat produksi. Proses desain label dan kemasan tahap pertama ini menghasilkan desain logo dan kemasan yang dapat digunakan mitra untuk memasarkan produk Madu Kele. Desain tersebut diharapkan dapat membantu mitra dalam mengembangkan usahanya. Pada pelaksanaan tahap berikutnya, tim pengabdian berfokus pada kegiatan pelatihan pemanfaatan teknologi pemasaran dan keuangan yang dapat

membantu mitra dalam mengelola usahanya. Mengenai kegiatan selama evaluasi, mitra memberikan tanggapan yang baik, yaitu kegiatan sangat menarik dan membantu untuk menjalankan bisnis mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih atas bantuan yang diberikan oleh Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali sehingga proyek pengabdian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Agatha, C., Tumbel, A., Soepeno, D., Sam, U., & Manado, R. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 131–140.

Arisandi, D., & Pradana, M. N. R. (2018). Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Brand Awareness Pada Objek Wisata Di Kota Batam. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 109–116.

Diaz, R. A. N., Harsemadi, I. G., Arini, N. W. S., Sulistyorini, E., & Wedasari, N. L. N. M. (2019). Optimalisasi Pemasaran Melalui Brand Packaging Dan E-Commerce Sebagai Media Promosi Pia Sinar Bali. *Prociding SENADIMAS*, 331–336.

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 62-67.